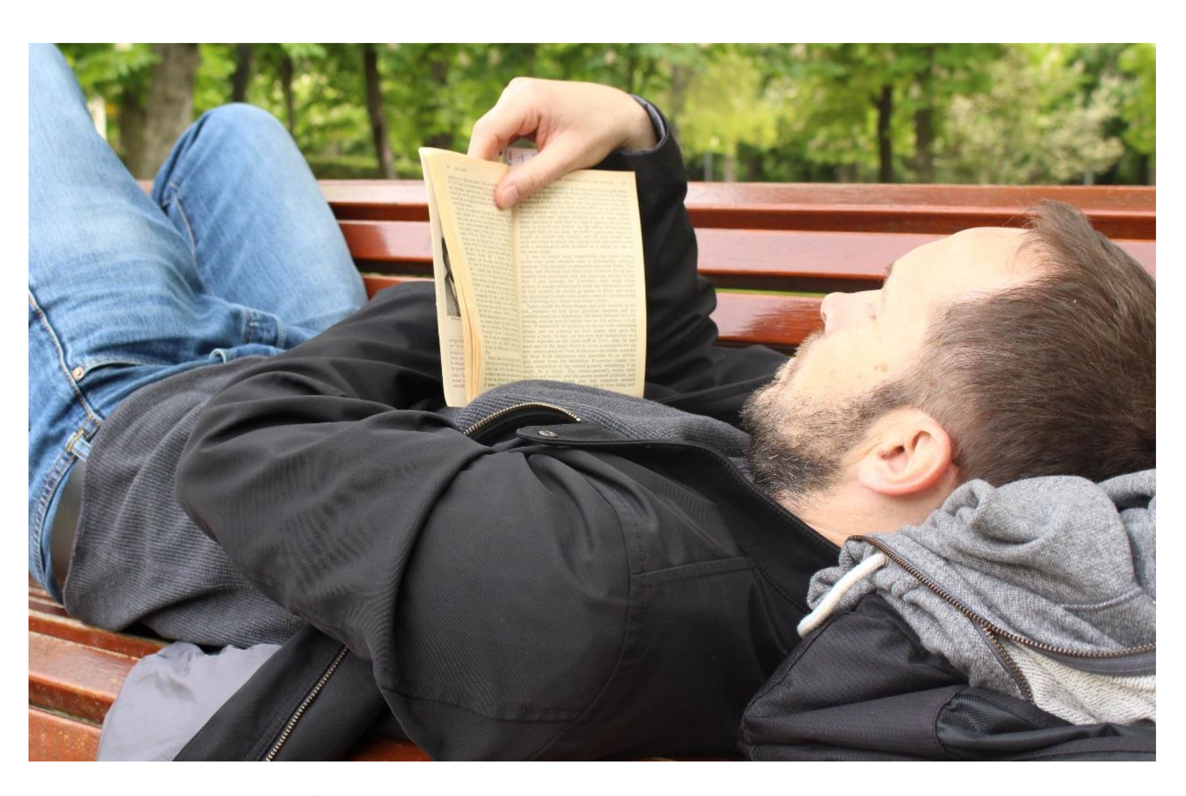




Universidad Complutense de Madrid
Facultad de Bellas Artes
Máster Universitario en Diseño



La importancia del diseño de un libro
Leonardo Guerrero Reyes: Julio/2016

Título:

El Diseño Editorial.
Guía para la realización de libros y revistas

Autor: Leonardo Guerrero Reyes

Tutor: Agustín Martín Francés

Fecha de entrega: Septiembre/2016

RESUMEN

El presente trabajo Fin de Master permite orientar y propalar el debido conocimiento dentro del Diseño Editorial, transmitiendo todo lo relacionado con respecto a la estructura, maquetación y diseño de publicaciones, así como recopilar información útil para implementar de manera correcta los diferentes procesos para la elaboración de libros y revistas impresas. Este proceso conlleva incluir y seccionar información de la historia, etapas, elementos y características del diseño editorial, que podrán ser divididas en cuatro capítulos que funcionen de manera independiente, pero a su vez se relacionen entre sí. El primer capítulo tratará acerca del Diseño Editorial y su importancia; El segundo capítulo tendrá la información de procesos, elementos y partes usada para la creación del libro; El tercer capítulo constará la información de procesos, elementos y partes usada para la creación de la revista; El cuarto capítulo dará pautas para guardar y preparar estos elementos ya creados, con su respectivo software para impresión, además de acabados gráficos que se realizan durante el proceso de la impresión de estos impresos. Dará conceptos breves de los tipos de colores usados en impresión y consejos que se deben usar en imágenes, colores para un excelente trabajo.

El contenido será plasmado en un libro que fusionará la teoría con la práctica, que permitirá instruir, desarrollar destrezas y aportar ideas, mediante los métodos aplicados con un determinado software apropiado que es InDesign, lo que proporcionará al diseñador el conocimiento de los elementos que conforman el diseño editorial, así como las técnicas para crear sus propios diseños. El contenido expuesto en el libro será plasmado de forma breve y concisa, ayudando al lector entender y aprender. Ciertas definiciones que serán reforzada visualmente por imágenes o gráficos que permiten hacer más entendible ciertos procesos o características del libro y revista.

PALABRAS CLAVE: diseño editorial, maquetación, libros, revistas, impresión, retícula, tipografía, imágenes, diseño gráfico, párrafos, textos.

ABSTRACT

This Master's Thesis can guide the proper knowledge in the Editorial Design, conveying everything related to the structure, layout and design publications and gather useful information to implement correctly the different processes for the production of books and magazines printed. This process allows sectioning include information and history, steps, elements and characteristics of editorial design, which can be divided into four chapters that work independently, but in turn relate to each other. The first chapter will deal about editorial design and its importance; The second chapter will process information, elements and parts used for the creation of the book; The third chapter containing the information process, elements and parts used for the creation of the magazine; The fourth chapter will give guidelines to store and prepare these elements already created, with its own software for printing, plus finished graphics that are made during the process of printing these forms. He will brief concepts of the types of colors used in printing and tips to be used in images, colors for an excellent job.

The content will be reflected in a book that merge theory with practice, which will educate, develop skills and contribute ideas by the methods used with a certain appropriate software is InDesign, which will give the designer the knowledge of the elements that make editorial design and techniques to create their own designs. The content posted on the book will be reflected briefly, helping the reader to understand and learn. Certain definitions will be visually enhanced by images or graphics that allow certain processes more understandable or book and magazine features.

KEY WORDS: editorial design, layout, books, magazines, printing, grid, typography, images, graphic design, paragraphs, texts.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN

El Diseño editorial hoy en día es necesario porque está presente en cada diseño o arte impreso que se realiza, desde un folio hasta los grandes libros. Es imprescindible saber comunicar y expresar los contenidos para que pueda ser entendible al lector. Es conveniente usar diferentes herramientas para transmitir un mensaje y además mostrar que cada elemento debe estar relacionado para que coincida estéticamente. Se puede crear una plantilla siendo la base para la diagramación y maquetación de textos e imágenes para nuestras publicaciones, tales como revistas, periódicos o libros.

El Diseño Editorial nació en el Renacimiento, siglo XV, inclusive mucho antes de la invención de la imprenta, y fue atribuido a Johannes Gensfleisch Gutenberg (ca. 1398- 1468). No obstante, los copistas ya existían desde el Antiguo Egipto. En esa época eran muy valorados porque eran pocos quienes conocían o aprendían la escritura. Entre las herramientas que usaban están las plumas, el raspador y la tinta, tanto para realizar la escritura como para los dibujos.

En los centros monásticos los códices copiados por los monjes también fueron un gran precedente, ellos eran los encargados de dibujar los textos y las ilustraciones a un promedio de 2 hojas por día. En algunos casos se repartían el trabajo dejando espacios en blanco para que otro se encargara de las ilustraciones. Inclusive era difícil trabajar en estos monasterios dada la escasa luz. Cuanto más pasaban los años se hacían más profesionales, elaborando piezas más detalladas que, al final de cada trabajo, se unían entre sí.

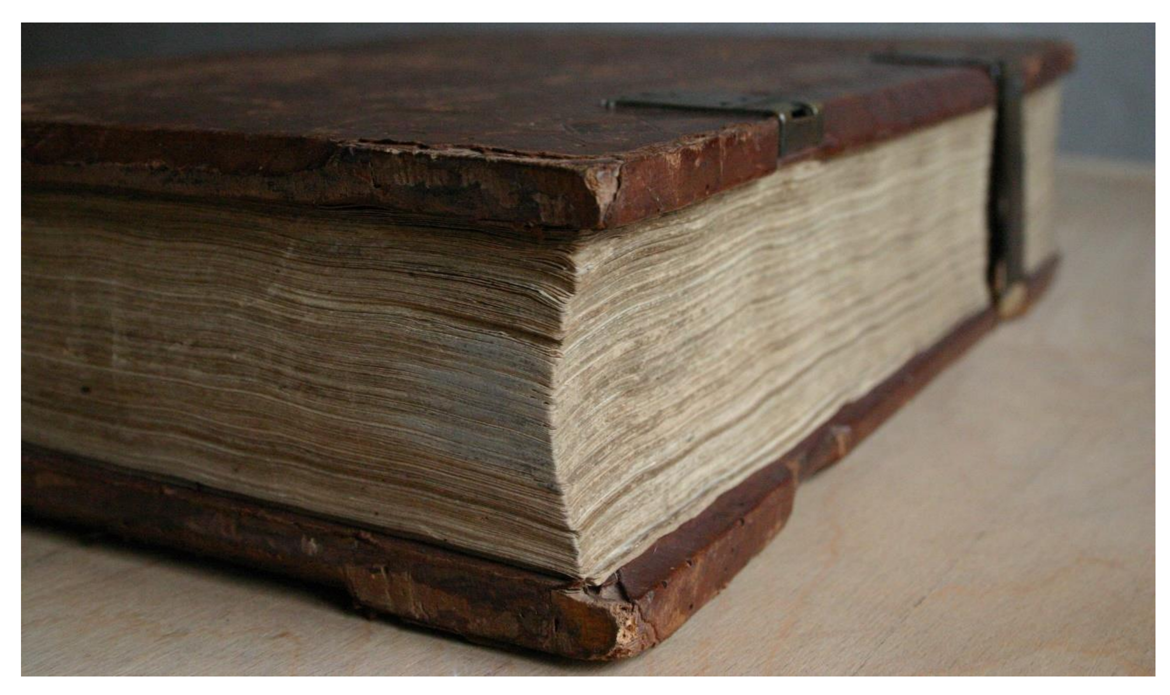


Figura 1: Libro antiguo, realizado manualmente

El contenido que tenemos en un libro no es el mismo que el de una revista, ni mucho menos que el de un catálogo. Tratar diferentes temas depende en gran

medida de la manera en que se organiza la información para llegar al público o lector.

En este proyecto abarcaremos de forma general los aspectos del Diseño Editorial centrado únicamente en libros y revistas impresos, no se tomarán en cuenta los periódicos (diarios) porque son publicaciones que mantienen su propio formato y plantillas sin poder cambiar su diseño en absoluto, salvo que se requiera renovar. Se mostrarán las herramientas y la estructura apropiada para realizar el tipo de publicación adecuada

El diseño editorial posee características y elementos únicos para un público determinado, como pueden ser el formato, la composición, el contenido de las páginas, entre otros, e incluso la jerarquía de los cuerpos de textos para tener una noción de cómo irán estructurados y distribuidos. Para que cualquiera de estos medios proyecte una sensación de unidad, debe seguir un patrón único. A partir de conceptos se crean estilos para diferenciar reproducciones unas de otras, esto es muy valioso para el diseñador porque cada publicación realizada tendrá un estilo único.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. OBJETIVO GENERAL

Creación de un libro con contenidos acerca del Diseño Editorial, permitiendo que la información pueda ser accesible para cualquier diseñador que quiera aprender acerca de la elaboración de diferentes publicaciones editoriales en libros o revistas. Además, ayudará a los estudiantes que busquen conceptos o definiciones, inclusive a cualquier persona ajena a las artes gráficas.

Esta poderosa herramienta aportará resultados beneficiosos por su fácil manejo. Su contenido servirá como guía básica e intermedia dependiendo del dominio del tema, incluyendo conocimientos que sean prácticos y necesarios para resolver las dudas generadas en este entorno, así como los problemas más comunes que el diseñador en ocasiones desconozca.

1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diseñar un material que cumpla la función de auxiliar a los estudiantes y diseñadores, centrándose en información que sólo esté enfocada al diseño de libros y revistas, haciendo énfasis en temas centrales y de interés, pero a su vez se explicará de manera concisa y directa, sin que cause aburrimiento con exceso de texto. Además, vincular a ciertos elementos con las herramientas aplicadas a un determinado software, fusionando teoría y práctica.

- Orientar al diseñador editorial o al estudiante, aunque éste sea de un área ajena al diseño editorial, con la intención de usar este manual en las diferentes universidades como una ayuda extra a las clases, permitiendo una facilidad para retener conceptos más generales sobre el tema tratado, no solo por lo que respecta al contenido de elementos y definiciones en los que coinciden la mayoría de autores, sino que para proporcionar cierta información que no pueda ser entendida. Se añaden imágenes que permitan una fácil compresión relacionada con el contenido.
- Crear conciencia y animar a realizar investigaciones de diferentes temáticas que no suelen ser muy comunes, incluso en las que resulta muy complicado indagar, y que sirvan para crear un manual que fusione la teoría con la práctica sobre un determinado tema o un software específico.

Necesariamente, el libro de Diseño Editorial abarcará brevemente la historia, mostrará el uso de las funciones o elementos más usados en el área editorial. Estará centrado en resumir el concepto para mejorar la definición, lo que lo hará más entendible con una mayor facilidad de lectura, además de mostrar los respectivos atajos con descripciones para el uso correcto de las herramientas en el software vinculado. También dispondrá de fotos y gráficos sobre el tema que se está revisando, para que el lector tenga la idea sobre la forma o el uso que se le puede dar.

1.3. METODOLOGÍA DE TRABAJO

Este proyecto tiene los objetivos definidos y las competencias establecidas de tal forma que sea lo mejor posible en cuanto a su contenido. Estará destinado a lograr un mejor apoyo a los estudiantes dentro del campo editorial. Se considera necesario contribuir proporcionando información fructífera y sencilla de entender. La metodología de este proyecto trata de establecer técnicas que habitualmente se usan de manera independiente, lo cual propone unificar experiencia, trabajo, teoría y práctica, permitiendo llegar a los estudiantes con temas claros que centren los conocimientos en los elementos gráficos de mayor importancia en la editorial.

Cabe destacar la importancia de cada información obteniendo resúmenes más concisos, con palabras fáciles de comprender, encontrando todo lo básico y esencial relativo al libro, haciendo énfasis en el estudio y elegir la importancia de poner en práctica herramientas que se han olvidado con el pasar del tiempo, mientras se actualiza información de otros conceptos y del uso del software.

La estructura fundamental del contenido está determinada por conceptos o definiciones, con funciones esenciales de las diferentes herramientas. Así el lector tendrá el equilibrio necesario de aprender y aplicar la metodología que se transmite. Hay que dejar claro que la aplicación del software está relacionada y fundamentada con una explicación de cada componente

necesario para editar o crear objetos en el programa *InDesign*, de tal forma que a medida que se menciona algún nuevo elemento o característica se lo relaciona con la práctica, sin caer en la monotonía ni dando a entender que este libro es solo un manual del uso de un software y nada más.

Tratar de clarificar cada tema con ejemplos para que se comprenda y se puedan percibir las diferentes formas de cada elemento y, asimismo, enfocar los parámetros establecidos en la temática principal, abarcando información para el diseñador editorial, enfocado solo en lo más importante y necesario para poder componer una estructura apropiada, partiendo desde la idea inicial hasta el resultado final, que es el trabajo impreso, y permitiendo entregar al lector un trabajo agradable.

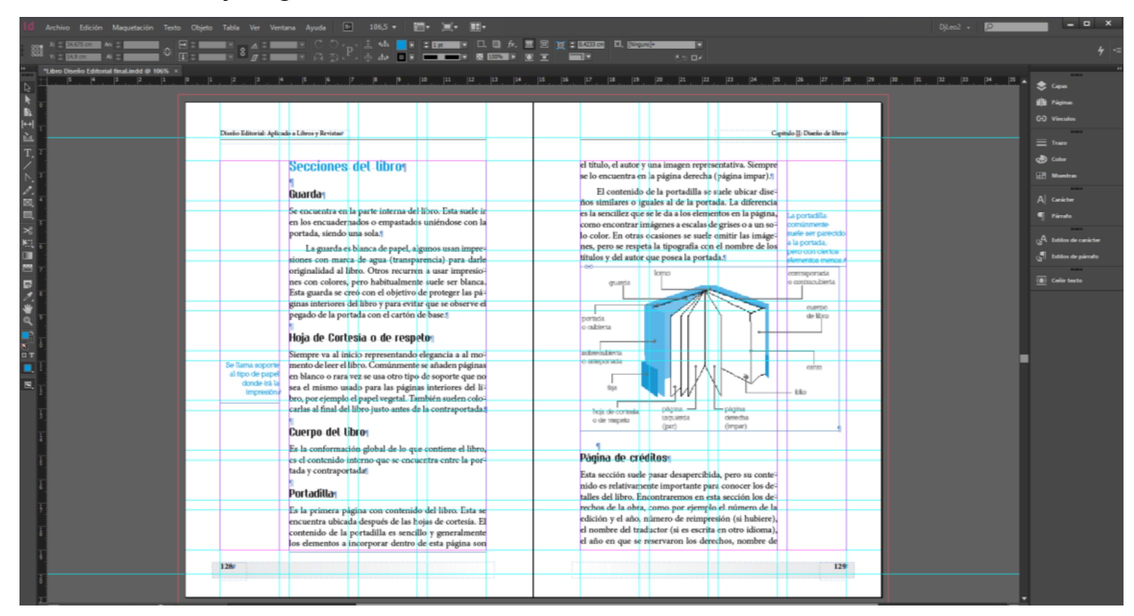


Figura 2: Ejemplo de la diagramación del libro de Diseño Editorial, se muestran conceptos breves con su respectiva imagen

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1. SELECCIÓN DEL PROBLEMA

Resulta complicado buscar información sobre Diseño Editorial que relacione teoría y práctica. Más bien se suele encontrar temática independiente. Lo más usual dentro del diseño gráfico es enlazar ámbitos como tipografía, diseño web, retículas, diagramación. Esto provoca que el libro carezca de temas específicos. Inclusive los sitios web para investigar dan poca información y proporcionan pocos temas específicos.

Hoy en día averiguar cómo funcionan las herramientas para diagramar puede ser bastante accesible, ya sea a través de canales de video o de redes sociales, por la gran cantidad de recursos que existen, pero estos tutoriales suelen carecer de conceptos básicos que determinen los orígenes. Se centran en el proceso, pero no en por qué se deben usar unos tipos u otros, ni por qué son necesarios los elementos del libro ni qué herramienta permite diseñar una composición. Resulta incómodo formular preguntas que no tengan contestación, además de ser casi imposible encontrar que se expliquen temas en particular.

Buscar en las bibliotecas libros relacionados con este tema favorece la formación del estudiante y sirve de ayuda en algún proyecto relacionado con el campo editorial, además de complementar las prácticas del software. Hay materias para las cuales se necesitan libros específicos que no solo narren historia o ejemplos, por eso es necesario equilibrar el contenido expuesto.

La teoría permite entender el significado de los elementos que conforman la maquetación. En cambio, la práctica te involucra en ese concepto aprendido y no solo tienes la idea de lo que significa, sino que más bien presenta la alternativa, aplicándola y aprendiendo de ella, por lo que realmente es importante la unificación de ambas partes.

El punto de partida es un factor importante, delimitando la investigación del proyecto, ahondando en las limitaciones que presenta el tener acceso a diferente información con respecto al diseño editorial. A esto se suma la poca información sobre el tema.

El estudio del diseño editorial es necesario para los estudiantes que van aprendiendo y creciendo cada día con conocimientos que se podrían olvidar si no se practican. Sin embargo, existe poca información que combine la aplicación y el uso de las herramientas.

2.2. DETERMINACIÓN DE RECURSOS

En nuestro proyecto, más que recursos hemos de considerar herramientas que sirven para mejorar la productividad en la aplicación del diseño editorial. Estos recursos podemos dividirlos en humanos, materiales y técnicos con el fin de que los cuatro capítulos puedan enlazarse y ofrecer los recursos

indispensables en el diseño editorial, que llegue este libro como instrumento para un excelente uso en el diseño. Los recursos se basan en la manera de influir esta iniciativa en las demás personas al momento de realizar el libro.

Recurso Humano: En principio se previó que el proyecto sume, y se realizó el análisis respectivo pensado en que transmita la información suficiente para resolver todo tipo de problemas que surjan en el ámbito editorial en función del software aplicado, por eso es fundamental informar al lector.

Este proyecto permite en cierta forma, concienciar a las personas para generar libros que ayuden a un determinado campo, no necesariamente el diseño gráfico y a la vez que combinen la teoría con la práctica, motivando a personas a escribir en otros ámbitos del proyecto, transmitiendo su experiencia y conocimiento del tema, así permite la ayuda a estudiantes con la finalidad de compartir un bien común por ambas partes, que es el de la capacidad de comunicar gráficamente.

Recurso Material: Organizar la información recopilada, permitiendo filtrarla y disponiendo a su vez una plantilla estándar compuesta en un libro físico. La función es mantener un orden y diseño que, además, esté disponible para los estudiantes diseñadores que deseen adquirirlo.

En su aspecto físico, el libro está diseñado con la intención de que su producción sea económica por su tamaño. La disposición de colores variará, ya sea a 1, 2 o todo color, dependiendo de la página. El tamaño supone una comodidad para la lectura. Es de tamaño de bolsillo, lo cual permite guardarlo con facilidad. Además, su peso es manejable, sin necesidad de que cause molestias dentro de la maleta o cartera, más bien puedes transportarlo contigo.

Recurso Técnico: El campo del diseño editorial está conformado por diversos recursos, desde la tipografía, la historia que conlleva y la relación de medios visuales más atrayentes hasta el impacto en el diseño, que lo vuelve ágil y predominante en el momento de realizar una publicación.

El libro es un medio físico que no debe ser reemplazado por lo digital, sabiendo que es más fácil de manejar, leer, corregir, anotar y que no depende de ningún aparato electrónico para su visualización. Además un libro no puede ser reemplazado como tal. A diferencia del libro digital, un libro impreso se conservará por años sin problemas de que se pierda o borre alguna información.

3. JUSTIFICACIÓN DEL DESARROLLO DEL TEMA

Este trabajo comienza con la finalidad de descubrir el desarrollo del concepto del diseño editorial. Definiciones nuevas, entendiéndose por ellas desde el software hasta la teoría de cada información, permitiendo al estudiante encontrar una ayuda con la información más relevante que aparece en libros. Posteriormente, se profundiza mediante los elementos gráficos para construir un medio editorial. A continuación, y centrándonos ya en el tema principal, se realiza un análisis sobre la historia, la diagramación y las características de contenidos del libro y revistas, lo cual genera un determinado resumen apropiado, obteniendo información relevante que pueda entenderse con facilidad. Además, previamente a la realización del mismo, se clasificó todo el contenido descartando datos complementarios sin importancia, dejando solo lo esencial. Trata de proveer esta herramienta como material de consulta en bibliotecas.

Algunas bibliotecas disponen de información sobre libros previamente analizados y entendidos en el tema, acerca de un determinado asunto en concreto, otros manuales vinculan manejar el software, pero proporcionan poca teoría, lo que los vuelve un poco monótonos y dificulta generar búsquedas. También pretende proporcionar al estudiante las técnicas y herramientas más completas. Encontrar un libro que mezcle ambas partes resulta beneficioso porque se ahorra la búsqueda entre la temática, lo cual permite que sea más compacto en relación al contenido.

Crear este libro supone centrar unas bases del diseño editorial que se pueden considerar generales, permitiendo entender, informar, instruir, comunicar el proceso de diseño gráfico orientado a publicaciones vinculando una amplia orientación a conceptos básicos, y estructurados para los estudiantes o el diseñador que lo ponga en práctica.

Es importante indicar en este punto que cuando sales de la Universidad y eres egresado no siempre estarás listo para enfrentarte a la vida profesional. Además de estar capacitado para dominar un determinado software, sabemos lo que nos gusta y podremos acceder a más oportunidades gracias al constante dominio que con paciencia y práctica aprendemos en el mundo laboral. Esto permite enmarcar los conceptos al estudiante. En definitiva, una vez dentro de la carrera hay que tomárselo en serio para hacer que realmente merezca la pena y no desperdiciar los conocimientos impartidos por el tutor.

4. FUNDAMENTOS TEÓRICOS Y PRÁCTICOS A IMPLEMENTAR

4.1. ANÁLISIS DEL CONTENIDO

El contenido tiene en cuenta a los autores relacionados con el diseño gráfico, editorial y de tipografía mediante los aportes que han realizado a lo largo de su carrera, siendo expuestos en los libros que han publicado y que se encuentran disponibles. Estos recopilan información que se ha analizado y obtenido de la mejor deducción. Se ha desarrollado de manera objetiva cada uno de los temas tratados, además de incluir experiencias y conceptos que simplifican y detallan mejorar los conceptos.

La intención es difundir el diseño gráfico relacionado con el campo de Diseño Editorial. Este proceso debe mantenerse, dedicándose objetivamente a la implementación de las herramientas más comunes que influyen en realización de libros y revistas, combinando la descripción de sus características y el empleo de las mismas. No obstante, para el diseñador gráfico el propósito no sólo consiste en crear un diseño a su conveniencia, consiste en diagramar y maquetar el contenido de textos de información, ayudando a que sea entendible y agradable a nuestros ojos.

Si recordamos una revista que hemos leído hace poco, nos centramos en el contenido que posee, de esta forma lo primero que se viene a la mente es el diseño, si es agradable a nuestros ojos. Pero el objetivo esencial es cómo ubicar los elementos en una composición de la página, usar una plantilla (una retícula adecuada), siendo el elemento principal, ésta además depende del diseño acomodando la información equilibradamente. El método que se usó en todo el contenido del libro no fue dividir la información. Más bien fue que todo tuviera relación entre sí, pero que funcionara de manera independiente en cada capítulo. De esta manera el estudiante se informa y adquiere conocimientos suficientes partiendo de conocer los elementos principales para después ir relacionándolos con los demás, siendo esta la base esencial para ir descubriendo herramientas que funcionen entre sí y que puedan ser aplicadas a un determinado software, ejecutándolas con mayor facilidad, conociendo lo teórico y poniéndolo en práctica de manera directa con el software *InDesign*, que es el que se manejará para concebir las publicaciones.

El contenido requiere puntuar las ideas claras y directas que se encuentran en el tema de Diseño Editorial, revisando conceptos simples que parten de una idea general. Parte de las etapas de creación para continuar con edición y diseño. De esta forma podemos comunicar las ideas antes de realizar nuestro proyecto.

El contenido pretende llegar a los lectores con ideas centradas lanzando lluvias de ideas que permitan visualizarlo y ponerlo en práctica. Así se puede asegurar un trabajo mucho mejor para posteriormente revisarlo y hacer uso adecuado de los elementos gráficos. Los estudiantes de diseño, como los diseñadores editoriales, aprovecharán lo aprendido en este libro por la

correcta incorporación de imágenes en ciertos textos no complicados de transmitir, siendo útil las señaléticas puestas en los gráficos.

En la información propuesta, dividida en capítulos, se ha tratado de minimizar la información relacionada con la historia, siendo resumida a lo más breve posible, y de establecer lo más relevante. Además, hay temas diversos relacionados con la tipografía que influyen de manera determinada en lo expuesto acerca del Diseño Editorial, dejando a un lado características propias que un libro especializado en este tipo de información puede incluir, lo cual se aporta detalladamente cuando se extiende un tema.

La mejor forma de aprender es dividir siempre la información, clasificándola por grupos específicos en relación con la temática tratada, provocando que el lector pueda identificar fácilmente, mediante el índice, el tema a conocer sin necesidad de leer todo el libro hasta poder conocer el significado que busca. El contenido, además de instruir con definiciones y conceptos, muestra ejemplos del software para complementar lo visto antes y aportar ciertas explicaciones, detallando su uso y propiedades.

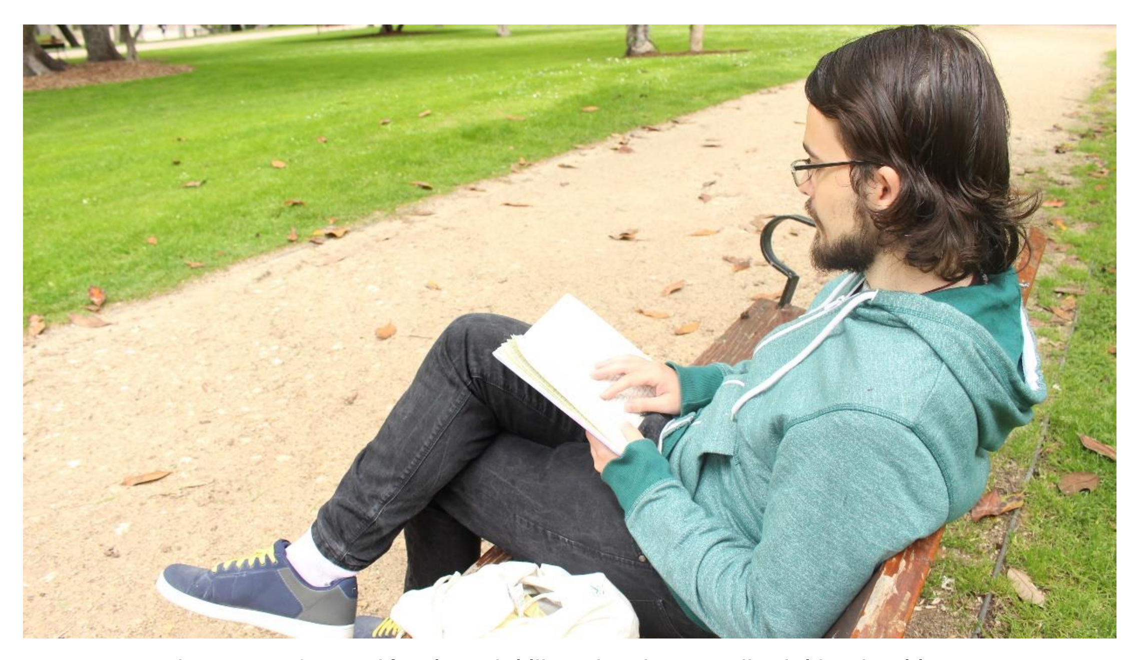


Figura 3: Información clara del libro de Diseño Editorial hacia el lector

5. PROYECTO A EFECTUAR

5.1. MISIÓN Y VISIÓN DEL PROYECTO

Misión

El libro pretende ser un recurso apropiado del estudiante o diseñador editorial que le permita resolver los diferentes problemas de comunicación visual del cliente, estando orientado a medios de publicación impresos (libros o revistas), a través de las diferentes herramientas que el Diseño Editorial puede ofrecer, fusionando conceptos y aplicación del software.

Visión

Convertirse en un manual indispensable dentro del Diseño Editorial, un recurso dirigido a cualquier persona que quiera conocer esta materia sin necesidad de conocimientos previos.

5.2. DESARROLLO DEL CONTENIDO

El contenido de este libro estará dividido en capítulos para el entendimiento y compresión de los diseñadores, siendo fácil de captar y entender. A su vez, la organización de la información ha sido dispuesta de manera ordenada para comunicar un mensaje lo más expresivo posible con un determinado tema específico, pero el conjunto de todo el libro funciona como complemento para el diseño editorial.

El contenido posee una mezcla de definiciones cortas que permite un mejor discernimiento del tema a exponer, centrándose esencialmente en la explicación detallada de algunos conceptos. La manera de comunicar el mensaje será directa, además de resumir determinadas definiciones.

5.3. DIVISIONES Y ESTRUCTURACIÓN DE CAPÍTULOS

Se ha fusionado la parte teórica y práctica, aportando dinamismo a la función de orientar al estudiante, algo similar a lo que se puede dar en un aula de clase, pero llevándolo a cabo en un libro. En cuanto a la división del contenido, la estructura está repartida de forma general en los conceptos para que el lector tenga claro la distribución de los elementos, aprendiendo desde las definiciones hasta algunas terminologías usadas en las publicaciones.

El libro plantea explorar los diferentes vocablos dentro del Diseño Gráfico aplicado al Editorial, separando la información en diferentes contextos específicos, pero manteniendo la relación directa con los demás contenidos. Además, aporta una búsqueda más rápida mediante su índice.

La segmentación será por capítulos, el primero mantendrá el tema central sobre el Diseño Editorial haciendo referencias a la historia, presentando brevemente su evolución junto a la metodología, los problemas y la recopilación de datos para que el estudiante o diseñador tenga una base para formar ideas. Finalmente, concreta buscando soluciones sobre el tipo de proyecto a realizar.

La información contenida en el libro incluye, además de la historia, la importancia del producto, público y medios que puede tener una publicación. Muestra las diferentes etapas del diseño y describe brevemente cada una de ellas. Trata acerca de los elementos gráficos que pueden incluirse dentro de una publicación, explica y orienta su uso, además de afrontar los problemas más comunes que se pueden presentar en el diseño. Se ha insertado un apartado dedicado a la tipografía donde se exponen las clasificaciones tipográficas realizadas por Maximilien Vox, explicando las características y ejemplos gráficos.

Las imágenes tienen su aporte en una composición gráfica, más aún en el tema Editorial, la cual fue necesario incluir en el contenido del libro, realizando una clasificación apropiada de las imágenes y ejemplos fáciles de reconocer. Además, se describen los formatos idóneos para el diseño gráfico y cómo se aplican en *InDesign*. Dicho esto, ambas informaciones explican lo necesario para trabajar en el diseño y en el entorno del software.

Se explican las diferentes retículas que se emplean en una diagramación para cualquier formato de publicación, evidenciando y poniendo en práctica aquellas que están relacionadas con el Diseño Editorial. Ésta información trata de los conceptos generales de cada una de las retículas y de cómo crearlas desde un documento nuevo en *InDesign*. Muestra ejemplos de publicaciones de cada una de las retículas descritas a lo largo del contenido del libro.

Se ha realizado una descripción detallada de las dos herramientas fundamentales en *InDesign* para la creación y ubicación de los textos, que son las paletas de caracteres y de los párrafos. Cada una de estas herramientas posee atributos propios y en cada una de ellas se explica cómo funciona y se hacen recomendaciones en torno a cada atributo aplicado en el texto. La idea es que el diseñador conozca su funcionamiento y pueda hacer uso de estas herramientas de texto.

El diseñador dispondrá de atajos de teclado para el manejo del programa de *InDesign*, que permitan facilitar cada herramienta vista. Los estilos aplicados al diseño editorial de un texto también están incluidos en el libro. Entre ellos están los más usados, que son los estilos de carácter, de párrafo, de celdas y de tablas, cada una de ellas explica un gráfico de los atributos. Además, el estudiante desarrollará conocimientos del software básico conforme vaya leyendo cada uno de los temas expuesto en el libro.

El capítulo 2 trata de las características y cualquier otra información relacionada con el libro, haciendo énfasis en las principales herramientas que aporten al capítulo. Los temas tratados incluyen la historia del libro, explicando brevemente la trascendencia que ha tenido desde sus orígenes hasta en la actualidad.

También se explican los diferentes formatos de los libros que se usan en la actualidad, dependiendo del tipo de libro que se realice. Da a conocer las principales características externas del libro, detallando cada parte y describiéndola. Se exponen las diferentes secciones que tiene un libro, indicando su uso y la importancia dentro del diseño editorial. La descripción de los elementos son los más básicos empleados en la diagramación del mismo.

Se da a conocer las características internas del libro, siendo un conjunto relacionado con los elementos anteriores, y cada descripción detalla las propiedades que tiene, además de la forma de aplicarlo. Hace alusión a las recomendaciones sobre la manera correcta de diagramar una determinada página, usando herramientas vistas en el primer capítulo y complementando con los conceptos de este capítulo.

La revista es el tercer capítulo, que funciona con la misma estructura que el capítulo anterior. Esta estructura se basa en mostrar la historia y los precedentes desde la primera revista ilustrada alemana, llamada “Erbauliche Monaths – Unterredungen”, y los cambios que se han venido realizando hasta la actualidad. Dispone de información de los años más destacados de la historia de la revista.

Explica la importancia y la definición que tiene la revista en el ámbito editorial y además de los formatos más comunes usados. Esta información es complementada con las características externas e internas de la revista, siendo una manera general de explicar el proceso que puede llevar. Cada elemento tiene gráficos que detallan ciertas características que pueden ser complicadas de entender, esto ayuda al lector a entender y dejar en claro los conceptos vistos en el capítulo.

Se explica cada elemento de la revista, como es la cabecera, el titular, el subtítulo, entre otros, que son la base para crear la revista y su aplicación de cada elemento con *InDesign*. En algunos casos se describe cómo acceder a la interfaz del programa y hacer uso de las herramientas para crear estos elementos.

Cada publicación impresa, sea libro o revista, posee sus propios atributos que perfeccionan cada uno de los elementos que usan en la diagramación. La importancia de dividirlos en capítulos estriba en que cada uno de estos pueda ser independiente y en permitir que el lector ubique con facilidad cada tema, evitándose que mezcle los contenidos.

Es necesario aclarar que las herramientas del libro son similares a las de la revista. Cada una está enfocada sobre sus propios elementos, manteniendo el libro la intención de explicar el funcionamiento de cada una de estas y evitando crear confusión al lector. La información contenida en el capítulo 2 y en el capítulo 3 podría ser muy parecida pero varía su estructura, permitiendo que cada capítulo sea usado independientemente, así el lector tendrá facilidad en revisar cada tema, sin obligación de leer todo el libro para entender su significado.

El último capítulo está enfocado a la impresión final. Trata del proceso a seguir una vez se concluya el diseño de la publicación de forma digital y se

disponga de la maquetación final. La intención de este capítulo es explicar de manera breve el desarrollo y algunos problemas que puede ocasionar el archivo cuando la Editorial se encargue de su impresión. La idea es implicar al lector a explorar brevemente lo que ocurre con su publicación y poder evitar problemas futuros.

Este capítulo está relacionado con acabados finales (Post-Prensa), incluyendo los diferentes soportes y procesos de impresión que se pueden realizar con la publicación, entre los cuales destacan el sistema offset y la impresión digital. Ambos corresponden a conceptos diferentes y se explica su funcionamiento, además se describe por qué es necesario imprimir en estos dos sistemas. Se da a conocer alguno de los procesos adicionales que se realizan al finalizar la impresión de la publicación, entre los que destacan los barnices, el troquelado y el termolaminado. Cada uno de estos ayuda a mejorar la revista.

Se incluye el uso de herramientas vinculadas con el trapping que son usadas en las imprentas. Tiene un apartado con definiciones acerca del ISBN y el ISSN, con sus respectivos conceptos. Da a conocer brevemente qué implicación tiene después y cuál sería la forma más idónea de imprimir, incluyendo sugerencias comunes para evitar que nuestro proyecto se imprima con falencias que pudieron ser corregidas con tiempo. La información del último capítulo se ubicó al final por motivos de priorizar el aprendizaje en relación al Diseño Editorial, que conlleva una secuencia desde la historia, los elementos y las características hasta la impresión final del producto.

5.4. ASPECTOS CLAVES DE FORMACIÓN Y APRENDIZAJE

Mediante este libro, exploraremos diversos puntos de considerable importancia ejerciendo funcionalidad, creatividad, ideas y diseño con el material editorial. Es importante conocer que el diseño de una pieza editorial expone varios elementos tipográficos, técnicos y compositivos cuya finalidad es comunicar y trasmitir un mensaje hacia el lector lo más entendible posible.

Debe tener una información que explique un proceso mientras se aprende el concepto de manera explícita con el libro. Es necesario que el diseñador vaya aprendiendo y se vea obligado a desarrollar sus destrezas, para analizar y conocer todos los aspectos gráficos que permitan dominar la mayor cantidad posible de elementos y características para crear publicaciones.

La intención es formar un grupo específico de aprendices en el tema de diseño editorial, sea este estudiante o diseñador editorial (gráfico), pero sin dejar de lado a personas muy ajenas a esta profesión. Tratar de cumplir los objetivos necesarios para transmitir conocimientos y habilidades, que sean suficientes para manejar el software y poner en práctica los temas relacionados con el diseño editorial.

Es imprescindible disponer de un criterio para las herramientas a utilizar, dentro del aprendizaje expuesto en el libro, ya sea de manera teórica o práctica. En algunos casos se piensa que el diseño depende únicamente del

buen gusto. Sin duda, diseñar no es un trabajo sencillo, sólo se requiere disciplina para el uso de las herramientas, lo que requiere un criterio de orden.

“El diseño es la suma total de las decisiones que hacen que un producto resulte útil y atractivo. Sea quien sea el que tome las decisiones, o cuál etapa en que se encuentre la planificación y fabricación, no afecta a esta perspectiva del proceso de diseño, en el cual cada persona involucrada es capaz de aumentar o de mermar el éxito de la operación”. (Martin, 1994).



Figura 4: El resultado final de una publicación

6. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO

La presente investigación recopila información suficiente con contenido teórico y práctico lo que permite una formación más adecuada del diseñador editorial. Combina el contenido teórico y práctico para que sirva de ayuda a los diseñadores. Entre los temas que trata se encuentran el uso de retícula, la diagramación, las tipografías, las características internas y externas.

“La intención del diseño editorial es comunicar un contenido claro mediante una organización y presentación de palabras de entender, como los titulares que se redactarán con la intención de atraer al lector”. (Caldwell & Zappaterra, 2014).

La creación del libro proporcionará una organización del diseño editorial, aplicando el contenido como guía de ayuda para la creación de las publicaciones, que procurará instruir sobre las diferentes herramientas para estructurar libros y revistas, además de describir las pautas para aplicar un determinado software muy conocido, como *InDesign*.

6.1. PAPEL Y FORMATO

El libro se puede llevar a cabo sobre materiales sin estucar (bond). La característica externa del libro está compuesta de la siguiente forma, siendo la portada la que se imprime sobre un material sin estucar (cartulina plegable 12). Se usa este material por la consistencia gruesa que posee, además el grosor es similar a un couché de 300 gramos, esto le da firmeza y consistencia a la portada.

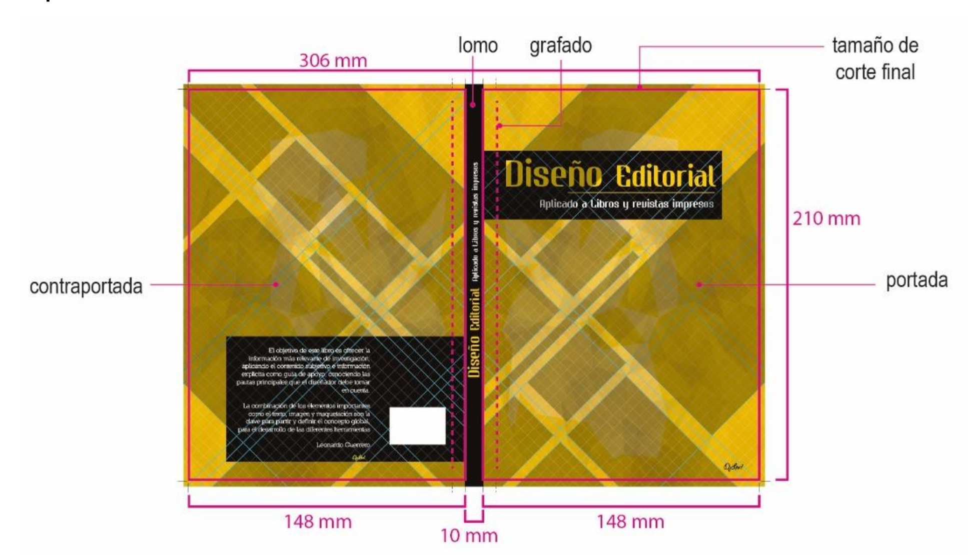


Figura 5: Maquetación de la portada del libro Diseño Editorial

La portada está recubierta por termolaminado mate, un plástico transparente que protege la cubierta de polvo, rasguños y salpicaduras de

agua. Además, su resistencia evita que se quiebre con facilidad por la apertura constante de la cubierta y la manipulación.

El tamaño abierto del libro, incluidos portada, lomo y contraportada, es de 306 mm de ancho por 210 mm de alto. Su lomo es de 10 mm, por la cantidad aproximada de 210 folios. No lleva sobrecubierta, faja ni solapa.

Para las páginas interiores del libro se usó papel bond de 60 grs. Es un gramaje ideal para los libros, permite que el grosor generado por la cantidad de páginas disminuya, permitiendo que no sea demasiado grueso el lomo. Este papel bond no presenta problemas para imprimir por ambos lados (reverso y anverso).

El formato general del libro es tamaño de bolsillo, siendo su medida de 148 mm de ancho por 210 mm de alto, cuando el libro está cerrado. Este tamaño es empleado cuidadosamente con el objetivo de que pueda ser impreso en offset como un formato estándar implementado en máquinas tipográficas, lo que permite economizar tiraje y material, su tamaño es ideal por ser pequeño y fácil de transportar.

La maquetación para imprimir en imprenta es sobre un papel de 450 mm x 650 mm (tamaño de pliego). La forma de distribuir las páginas por pliego es de 8 páginas del libro en una carilla del pliego, es decir 8 por el reverso y 8 por el anverso, sumando un total de 16 páginas por pliego.

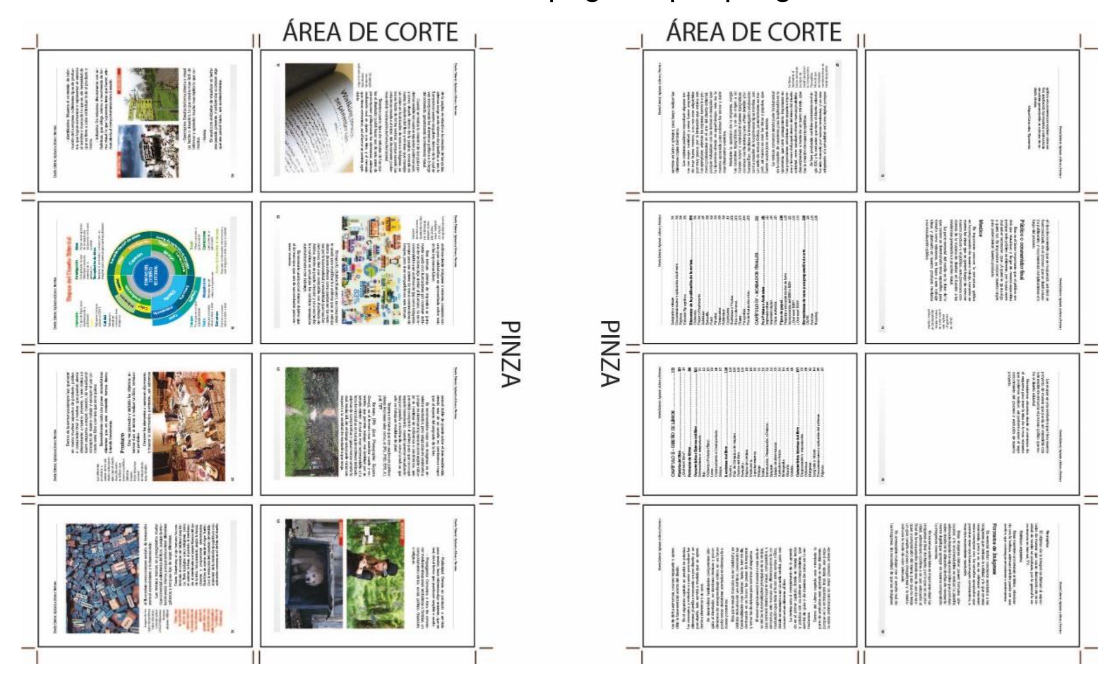


Figura 6: Maquetación para impresión offset (páginas a color y gris)

La idea para economizar el costo de impresión consiste en dividir por grupos las impresiones. Es decir, las páginas a varios colores serán un grupo, mientras que las páginas a escala de grises formarán un segundo grupo y las páginas conformadas por 2 colores formarán un tercer grupo. Esto permite economizar la cantidad de materiales de producción para el proceso de impresión del libro.

6.2. ENCUADERNACIÓN

La encuadernación aplicada en este libro es rústica. Consiste en que el libro sea cocido y encolado para luego ser forrado por la cubierta. Este pegado es suficiente para que la goma se adhiera a las páginas, además estas son en papel sin estucar permitiendo un mejor pegado entre el lomo y las hojas, a diferencia de un papel estucado. El costo de este tipo de pegado es relativamente económico en comparación a la encuadernación térmica (maquinaria).



Figura 7: En las bibliotecas los libros llevan encuadernación rústica o térmica

6.3. RETÍCULA BASE Y ESTRUCTURA GENERAL

En el libro se ha aplicado la retícula de columnas para diagramar la composición. Esta retícula está formada por 2 columnas y están divididas para priorizar el contenido general del complementario, siendo la columna más ancha la que está ubicada hacia el interior del lomo con el contenido general, mientras que la columna más angosta ubicada hacia el exterior exclusivo para uso del pie de foto e información adicional complementando un determinado tema. La columna angosta tiene una medida de 250 mm por 165 mm y la ancha tiene una medida de 836 mm por 165 mm. Las columnas están separadas por un medianil de 043 mm (medida por defecto en *InDesign*).

Los márgenes usados en la composición del libro son: el superior 25 mm, el inferior 20 mm, el interior 20 mm y el exterior 15 mm. Se aplicaron las guías verticales y horizontales encajadas al margen de la página. Las medidas asignadas para las guías verticales son 8 filas separadas por un medianil de 4,3 mm, y las horizontales de 4 columnas separadas por un medianil de 4,3 mm. Se agregaron 2 guías horizontales adicionales, la primera para la ubicación de la numeración en la parte inferior de la hoja con una distancia de 10 mm, y la segunda guía para la cabecera. Se ha añadido la sangría de 30

mm adicional para los tres lados superior, inferior y exterior de la página, a excepción del interior.

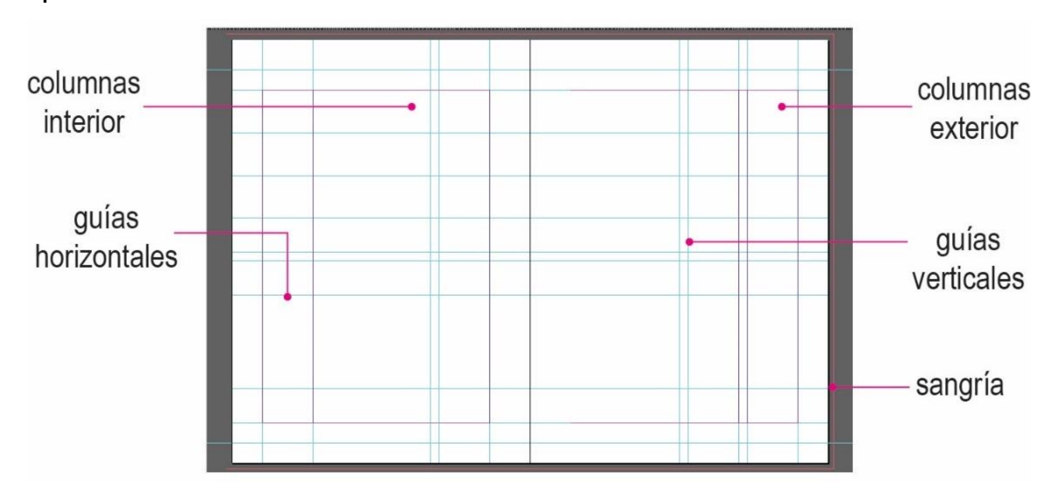


Figura 8: Retícula base empleada en el libro

Esta estructura esta aplicada para cada una de las páginas que conforman el libro, además de realizar una maquetación multipágina con su respectiva retícula para las páginas impares y pares.

La estructura general del libro está dividida en cuatro capítulos, con un promedio de 210 folios, lo que conlleva a una división de información equilibrada. En su exterior posee una portada que describe el contenido del que trata. El libro está organizado de la siguiente forma:

Primer capítulo: el diseño editorial (todo el concepto relacionado con esto, definiciones, elementos y sus partes clave), tendrá destacados en los que se explique brevemente algún tema no detallado dentro de la página, haciendo hincapié en algún determinado tema.

Segundo capítulo: diseño de libros (consta de elementos de uso para libros y maquetación), será de utilidad exclusiva para la conformación de los proyectos de publicación que simulan el libro y los diferentes tipos en que pueden dividirse.

Tercer capítulo: diseño de revistas (consta de elementos de uso en revistas y maquetación), se proporcionarán algunos ejemplos junto a las herramientas que sirven de ayuda para realizar las diferentes revistas que se conocen en el medio.

Dispondrá también de una cuarta parte. Al principio no se propuso tomarla en cuenta como capítulo adicional, pero su contenido lo imponía, siendo un complemento general sobre temas relacionados con lo que ocurre después de tener la composición digital y sobre los detalles finales para la impresión del libro o revista (colores, materiales de papeles), a este contenido se le añadieron: acabados finales (tipos de papel común para libros y revistas, el ISBN, consejos para una buena impresión, etc).

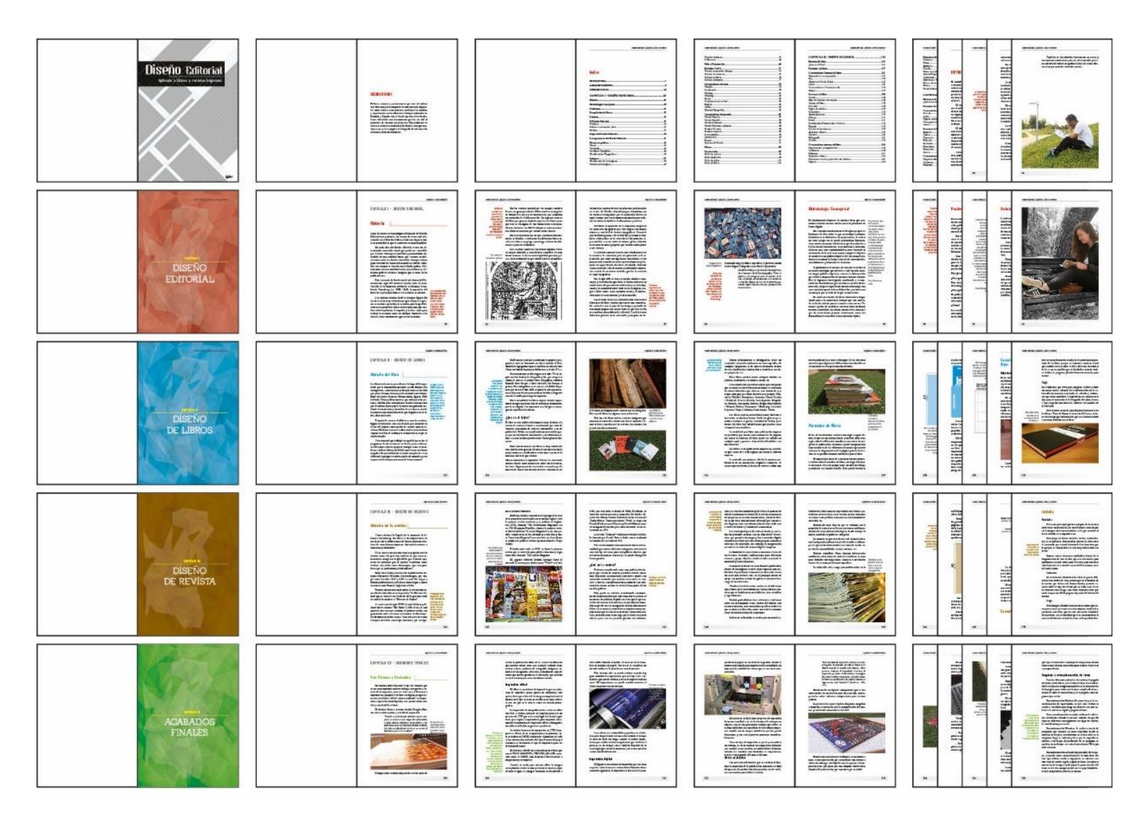


Figura 9: Distribución del contenido en el libro

Los elementos que se usaron en la composición del libro son: titulares, subtitulares, ladillos, pies de foto, comentarios adicionales, cabecera, citas y numeración de página. La estructura diseñada en la diagramación del libro permite crear armonía. Es decir, los espacios en blanco contribuyen al balance de los diferentes elementos de la página, sirven para destacar el contraste del color usado en cada capítulo y ayudan a no recargar la composición de la página por el exceso de información.

Estos espacios ayudan a que visualmente destaquen las imágenes. En la composición, el uso de las imágenes ocupa el tamaño de dos columnas, es decir tienen una medida de 113 mm de ancho por 60 mm de alto. La mayoría de las imágenes usadas tienen establecidas este tamaño promedio, aunque hay algunas que ocupan un tamaño mayor de alto, no superior a 80 mm.

En los gráficos los tamaños pueden variar de alto, pero nunca de ancho, porque se dio prioridad a que las imágenes de las ventanas mostradas en *InDesign* tengan la misma proporción y así no se altere significativamente el tamaño de las ventanas mostradas al lector. Asimismo, el tamaño de la tipografía para todos los gráficos es la misma. La mayor parte de las imágenes y gráficos incluidos en el libro son de mi autoría, y las restantes son de páginas libres de derechos de autor.

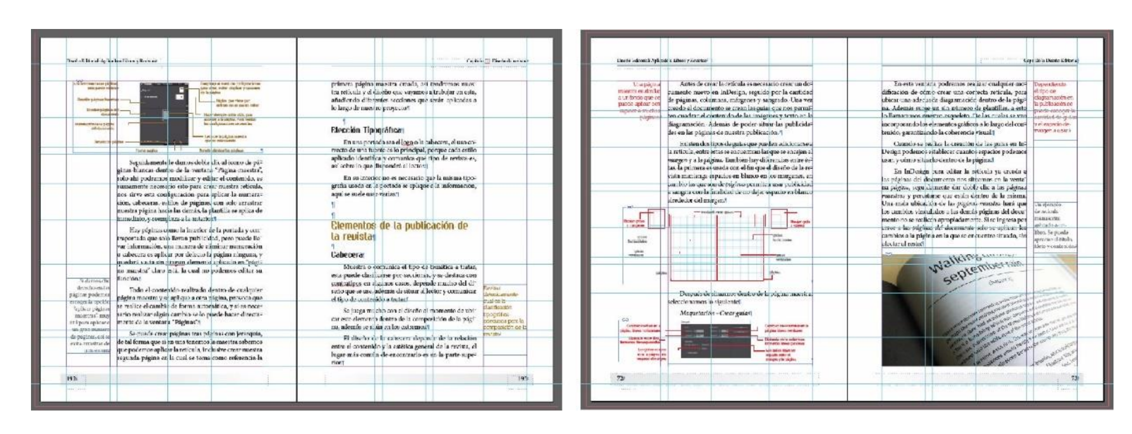


Figura 10: Las imágenes y gráficos incluidos en la diagramación del libro

En el libro se incluyeron cabeceras comunicando al lector el capítulo que está leyendo. Se diseñaron estas cabeceras de la siguiente forma: en las páginas derecha (impar) el nombre del capítulo, mientras que en las páginas izquierda (par) el nombre del libro. Estas cabeceras ocupan el margen superior del extremo de la página con una distancia de 12 mm en relación al corte, en cambio la numeración de página se encuentra situada en el margen inferior del extremo de la página con una distancia de 12 mm en relación al corte. La idea es que la cabecera y la numeración de página no interfieran con su tamaño en la composición del diseño.

6.4. TIPOGRAFÍA

Las tipografías incluidas en la realización del libro son Minion Pro, Nilland, Nudely y Stark. Para el contenido general se usó Minion Pro por ser una fuente con Serifa fácil para la lectura y no dejar demasiados espacios entre las letras, permitiendo que el cuerpo de texto tenga flexibilidad en los párrafos. Además, esta tipografía posee una variedad de caracteres ordinarios, un completo surtido de ligaduras, letras, números alternativos, las ornamentaciones y demás tipos de símbolos. Cada tipografía aplicada tiene un determinado estilo de párrafo para cada elemento gráfico del libro, entre los cuáles están:

Apertura de capítulo: La tipografía empleada tiene relación con el titular, permite destacar el inicio del capítulo por estar en mayúscula y a la vez transmite discreción por el color y la trama usada.

Nudely Regular 15 pt, Interlineado 18 pt, párrafo bandera izquierda

Los Titulares: Dependiendo del capítulo puede cambiar el color. Se asignó esta tipografía para obtener un contraste entre los títulos y el cuerpo del texto, permitiendo llamar la atención del lector.

Nudely Regular 15 pt, Interlineado 18 pt, párrafo bandera izquierda

Los subtitulares: Mantiene relación con la tipografía usada en los titulares, con un tamaño mucho menor para que destaque lo necesario con el contenido general del cuerpo.

Nudely Regular 12 pt, Interlineado 14,4 pt, párrafo bandera izquierda

Cuerpo del texto: Permite ser entendible y su tamaño es visible, sin ser muy pequeña o demasiado grande.

Minion Pro 11 pt, Interlineado 13,2 pt, párrafo ordinario con sangría en la primera línea de 07 mm.

Cita de textos: La tipografía es la misma usada en el contenido general, la intención es no variar de tipografía con el resto del contenido.

Minion Pro Italic 10 pt, interlineado 12 pt, párrafo moderno, sangría izquierda a todo el texto de 20 mm.

Comentarios adicionales: Da a conocer un tema que no incluye el contenido, la bandera que se emplea es con la justificación del texto hacia el lomo, además puede ir variando el color dependiendo del capítulo.

Nilland Regular 9 pt, interlineado 10,8 pt, Bandera izquierda o derecha

Pie de fotos: Describen las imágenes y ciertos gráficos que no son mencionados en el contenido, la tipografía es igual que la del cuerpo del texto. La bandera depende del lado de la página quedando siempre la justificación del texto hacia el lomo.

Minion Pro Regular 9,5 pt, interlineado 11,4 pt, Bandera izquierda o derecha

Cabecera: En las dos páginas que se emplean su tamaño es discreto y está justificado por sus extremos de la página

Minion Pro Regular 8 pt, interlineado 9,6 pt, Bandera izquierda o Derecha

Numeración de página: Su tamaño es similar a las citas de textos, y está justificado por sus extremos de la página.

Minion Pro Regular 10 pt, interlineado 12 pt, Bandera izquierda o Derecha



Figura 11: Muestrario de tipografías usadas en el libro

Las tipografías usadas en la portada y el diseño de las separatas de cada capítulo, están relacionadas entre sí.

Título del libro: Su tamaño es grande para tratar de abarcar la mayor parte de la portada, ya que esta no lleva gráfico alguno. La tipografía empleada

es la misma que se usó para los titulares del libro. El diseño del texto está puesto en contratipo para que destaque.

Nudely Regular 39 pt, Interlineado 42 pt, párrafo bandera izquierda

Subtítulo del libro: Para no generar contraste en la tipografía usada para el titular de la portada. Se mantuvo una sola tipografía y su tamaño es mucho menor que el titular.

Nudely Regular 14,6 pt, Interlineado 17,6 pt, párrafo bandera izquierda

Nombre del capítulo (Título de la separata): Se usó la tipografía empleada para los comentarios, la función es que las separatas no sean similares al contenido, mostrando visualmente un texto diferente.

Nilland Regular 38 pt, interlineado 45 pt, alineación centrada

Número del capítulo de la separata: Es el nombre que indica el número del capítulo, se usó una tipografía diferente sin serifa que permita dar un contraste al diseño. Siendo los dos únicos elementos de la separata que llamen la atención.

Stark Regular 16 pt, interlineado 19 pt, alineación centrada



Figura 12: Imagen en contratipo de las tipografías de la portada y las separatas

6.5. COLORES

El libro combina tintas planas en CMYK y tintas Pantone. El contenido está divido en cuatro partes, cada una tiene colores diferentes, contiene páginas hasta de una y dos tintas (monotono, duotono) y hay páginas a color con imágenes. El motivo de los colores que se manejan es una adaptación específica para imprenta, debido a los altos costos que implica usar materiales como el couché para el interior de las páginas y la impresión a todo color de cada folio, evitando páginas sin contenido y que se impriman a color sin justificación. Por consiguiente, se emplearán gráficos a dos colores, de acuerdo al capítulo.

La información de los colores en el libro se maneja de la siguiente forma con uno, dos y cuatro colores (CMYK): El primer capítulo tiene asignado el color cayena (PANTONE P 48-16 U); el segundo, color cielo (PANTONE P 112-8 U); el tercero, color dorado oscuro (PANTONE P 16-8 U); el último color, verde (PANTONE P 154-8 U), evitando el exceso de colores para ciertos folios

y economizando para que el costo sea bajo al momento de reproducir el libro en sistema offset (para imprenta).

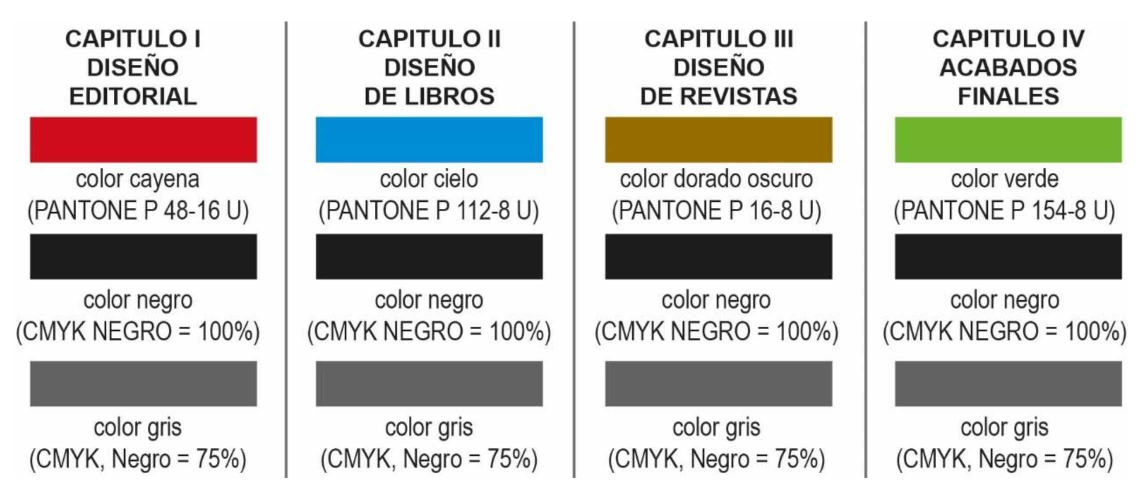


Figura 13: Muestra los colores usado en cada capítulo

La intención de dividir la impresión es para facilitar a la imprenta la forma de estructurar un buen armado para pre-prensa. Por tal motivo, consta de pliegos a color, donde se incluyan páginas que su contenido represente imágenes a color (fotografías o gráficos), tanto el reverso como el anverso, con el objetivo de que sea necesaria una impresión en CMYK. También consta de pliegos a un solo color, que incluyan contenido monocromático (escala de grises) y, por último, pliegos que usan dos colores con contenido, que estén separados por capítulos (pantone + negro). Toda esta división permite una impresión más rápida y minimizar el tiempo de espera hasta el acabado final, que es tener el libro listo en nuestras manos.

Los colores usados en el libro no responden a un criterio de identidad visual o significado de colores puesto que no se puede asignar a cada capítulo la relación entre el contenido y el color. La asignación ha sido de forma aleatoria con el propósito de mostrar contraste entre los capítulos, permitiendo al lector una mejor orientación en el contenido del libro.

Los colores que se usan para imprimir están creados en CMYK, esto es conocido como cuatricromía estándar por el orden en que se imprimen, siendo estos CYAN, MAGENTA, YELLOW y BLACK. Se eligió este formato desde el momento en que se creó el proyecto.

7. CONTENIDO DEL PROYECTO

7.1. HISTORIA DEL DISEÑO EDITORIAL

Este concepto de diseño nació en la época del Renacimiento, siglo XV, inclusive mucho antes de la invención de la imprenta, atribuido a Johannes Gensfleisch Gutenberg (ca. 1398- 1468), la aparición del libro fue el principal difusor de la cultura occidental. Los copistas existían desde el Antiguo Egipto. En esa época eran muy valorados porque eran pocos quienes conocían o aprendían la escritura, para luego dedicarse a esta profesión.

"Entre las herramientas que usaban están las plumas, el raspador y la tinta, tanto para realizar la escritura como los dibujos, también se les conocía amanuense que era su sinónimo". (Catopodis, 2014).

Los copistas fueron los primeros en reproducir textos en gran cantidad expuestos en libros. A su vez eran adquiridos por muy pocos, dada la limitación que existía con los ejemplares. Además, los copistas fueron los primeros profesionales en el arte del diseño editorial porque trabajaban con las formas rectangulares que la tipometría ofrecía en aquel tiempo, esta era la manera apropiada para ordenar los textos dotándolos de dinamismo y estética.



Figura 14: Los copistas (amanuense) realizando un libro de forma manual

Le retícula comenzó siendo parte fundamental en la creación de caracteres para su aplicación en la tipometría, que tomó protagonismo importante en las proporciones armónicas entre espacios impresos y formato del papel dentro del inicio del diseño editorial. Como resultado ofreció nuevas posibilidades

expresivas a través de un nuevo método, que fue la creación de cajas tipográficas.

Mediante la aparición de la imprenta, surgieron los caracteres tipográficos que dio origen a un mayor número y variedad de fuentes tipográficas. Comenzó con Gutenberg junto a Peter Schöffer y Johannes Fust, Estos colaboraron en la creación de los primeros tipos móviles con un estilo de textura gótica. Además, se crearon las tintas y papeles que fueron usados junto a este sistema.

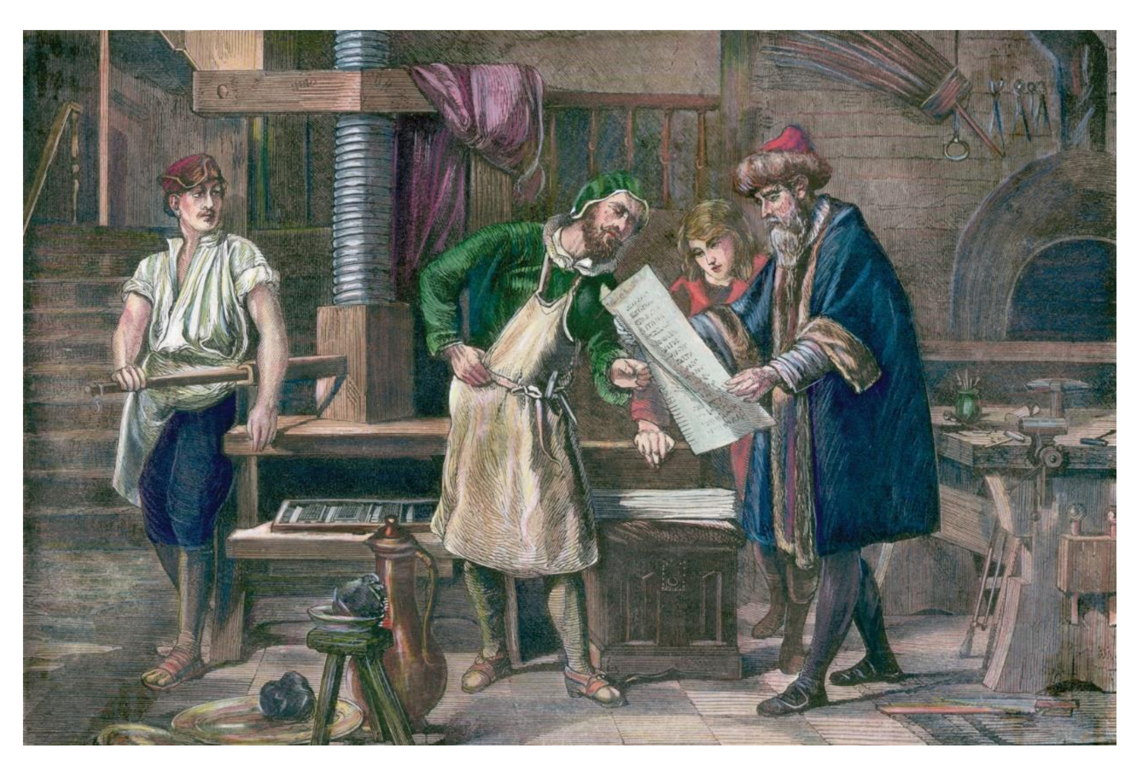


Figura 15: Las primeras impresiones (siglo XV)

Los adelantos en los sistemas de impresión y tecnologías informáticas se remiten desde el siglo XX. Se han producido constantes cambios en el siglo XXI y el diseño editorial tiene nuevas tendencias. El libro existe como contexto social y de interacción entre el conocimiento a lo desconocido.

Hay que reconocer que las revistas marcan un protagonismo mucho más comercial a diferencia del libro, la diferencia consiste en que ambos tienen diferentes públicos.

7.2. IMPORTANCIA DEL DISEÑO EDITORIAL

El Diseño Editorial permite maquetar y componer publicaciones logrando una armonía entre texto, imagen, diseño y diagramación dotando de personalidad al momento de comunicar el mensaje. Es la manera de comunicar al lector un

contenido visual mediante un diseño y aplicando las herramientas que permiten realizar diferentes publicaciones.

Las publicaciones editoriales tienen como objetivo principal comunicar y transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de imágenes con textos. También puede desempeñar diversas funciones. Por ejemplo, dotar de expresión y personalidad al contenido con la finalidad de atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida. Sin embargo, es necesario que tenga un valor estético, que permita impulsar comercialmente la publicación. En algunos casos esta suele ser solo informativa, por lo que, usando una buena armonía de texto, imagen y diagramación, sobre todo que carezca de diseño, se pueden obtener trabajos muy buenos.

Para la creación de un producto se plantea la idea definiendo los objetivos y el tipo de publicación a realizar sea este un libro, revista o un periódico. Siendo el producto la forma más apropiada de comunicar al público o consumidor final. Es un factor importante a tomar en cuenta sobre todo para llegar a través de un mensaje directo y reconocer que tipo de público será nuestro lector. Por ejemplo, es muy común encontrar diferentes gustos, es decir: ¡Hay personas a lo que nos gusta algo, y a otros no!, conocer nuestros futuros compradores, así podremos plantear un producto que se ajuste a las necesidades. Con el pasar el tiempo llegaremos a la conclusión si nuestro producto tuvo éxito o fracaso, siendo una perspectiva diferente de ver nuestros errores y aprender de ellos para posteriores publicaciones.



Figura 16: Diseño de revista diagramada por Raquel Ayuso

Los Medios es el proceso para desarrollar nuestro producto. Existen maneras de publicar en revistas o antologías, como relatos y poemas, mediante la escritura de materiales breves por parte de los autores. En cambio, las publicaciones para darse a conocer son los sitios web, los spots publicitarios, y el marketing, para finalmente poder llegar a tiendas. Suele ser

complicado para una publicación ser adquirido con facilidad por ser de un autor o marca desconocida.

7.3. ELEMENTOS GRÁFICOS

Es necesario encontrar ciertos elementos antes de empezar a realizar nuestra publicación en el ámbito del diseño editorial. Estos elementos son imprescindibles dentro del diseño porque cada uno de ellos tiene una función determinada, además de poseer un orden lógico dentro del contenido. La finalidad de los elementos gráficos es transmitir el mensaje apropiado, siendo una prioridad la manera en que capta la información el lector.

Los elementos básicos para nuestro trabajo editorial son texto, imagen y retícula. Además, estos elementos son muy importantes ya que sin ellos nuestra publicación no tendría coherencia al momento de diseñar libros o revistas. Cabe recalcar que la correcta ubicación de estos elementos permite hacer entendible nuestra composición y de esta forma transmitir al lector la información que necesitamos, siempre que sea útil con un buen contenido visual. El texto es una serie de enunciados unidos mediante diferentes enlaces gramaticales y lógico, ya sean orales o escritos. El texto está compuesto por signos de uno o varios alfabetos que guardan relación entre sí.

Dentro del texto también influye la cantidad de información que se requiere publicar, esto en el caso de que nuestra publicación sea para un sector específico. Aunque no sea para el público general, muchas veces se pueden usar palabras claves y terminología que sea entendible por el resto de lectores, por más complicado que sea el contenido.

El texto debe ser claro y conciso que por lo general siempre se logra realizar. Aunque encontremos publicaciones demasiadas rellenas de textos y con la información aburrida no captará la atención del lector, entonces se recomienda usar tipografías nuevas y diferentes a la que estamos acostumbrados.

Cada contenido debe generar algún interés, puede ser acerca de tecnologías, finanzas, economía o algún ámbito relacionado con información de noticias actuales, que por lo general siempre crean expectativa en el lector, al que es fácil llegar.

Es recomendable que las imágenes sean usadas en la diagramación de una publicación de cualquier tema. Sin embargo, el propósito es comunicar una determinada información, que a su vez sea entendible al lector.

Las imágenes pueden comunicar y transmitir si se le da el uso adecuado. Se necesita que represente claramente el mensaje del contenido que no podemos expresar en palabras. Además, una muy buena imagen habla más que mil palabras. Dentro del contenido encontramos diferentes tipos de imágenes, entre la cual tenemos las fotografías, los iconos, y las imágenes vectoriales.

La manera más clara de saber cuándo usar una imagen es pensar como el lector. Saber qué tipo de imágenes sería la adecuada y no agregar

demasiadas imágenes por página. Puede existir poco espacio dentro de una publicación, teniendo en cuenta el tamaño que se use.

Tenemos formatos que son usados en publicaciones impresas, tales como JPG, PSD, EPS, AI, PDF, TIFF. Estos son formatos propios para publicaciones, saber usarlo permitirá un trabajo más eficiente y efectivo a la hora de desarrollar nuestro proyecto, siendo útiles para ciertos tipos de contenidos. La clasificación según los formatos de imágenes para trabajar en el software *InDesign* son:

Formato JPG: (Joint Photographic Experts Group), es el formato estándar más usado y conocido, que permite trabajar con facilidad por su tamaño reducido cuando se comprime.

Formato PSD: (PhotoShop Document), es un formato que funciona muy bien con los programas de Adobe por ser propio de la compañía. Además, este formato permite hacer las ediciones necesarias únicamente en su programa de origen.

Formato EPS: (Encapsulated PostScript), Es un formato de transporte de archivos que permite encapsular el contenido definidos por el mapa de bits, imágenes y vectores, contando con una gran calidad que es aprovechado sobre todo en las impresoras láser.

Formato AI: (Adobe Illustrator), es comúnmente usado para modificar los archivos que se trabajan dentro de este software, como pueden ser los vectores por la funcionalidad y versatilidad que traen.

Formato PDF: (Portable Document Format), este formato es el más usado en la actualidad, porque permite contener cualquier tipo de formato adicional referente a imágenes, vectores y textos.

Formato TIFF: (Tagged Image File Format) es un formato potente en relación a la calidad de imagen, permite guardar la mayor cantidad de detalles en relación a los demás formatos, es ideal en las cámaras fotográficas y en escáneres.

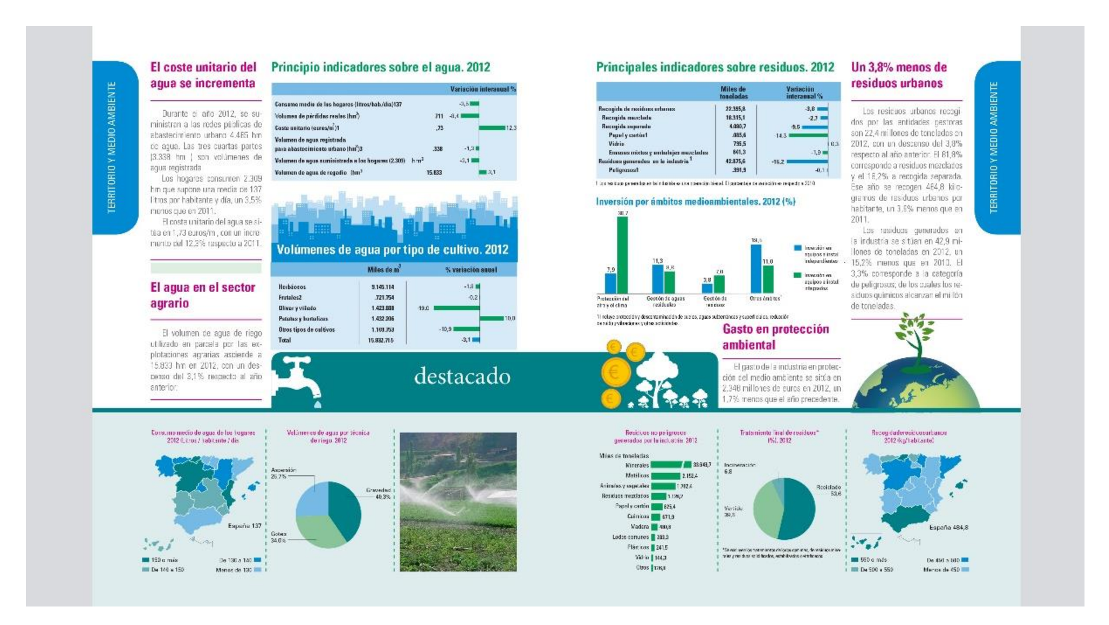


Figura 17: Diseño del Anuario en cifras 2017 (INE), guardado en formato PDF

7.4. USO DE LA RETÍCULA

Es un elemento básico y primordial en la composición, está representada como una plantilla que permite la ubicación de cada elemento. Está conformada por líneas verticales y horizontales que le dan orden y equilibrio a la composición de la página y que son la base para la diagramación. Además, la retícula es usada en todo tipo del diseño gráfico.

"El software que tendrá relación con el Diseño Editorial, siendo uno de los más usados para crear las composiciones digitales es de la familia de Adobe llamado *InDesign*, entonces la diagramación creada como retícula en este software está limitada por las líneas guías que incluso se forman con las columnas, lo mismo ocurre con los márgenes, esta retícula permite organizar las superficies y espacios al diseñador de como situar un texto, imagen, diagramas, etc., en una página". (Brockmann, 2015)

Para usar una retícula en *InDesign* es recomendable crear antes un documento nuevo en *InDesign*, seguido por la determinación de la cantidad de páginas, columnas, márgenes y sangrado. Una vez creado el documento se crean las guías que nos permiten cuadrar el contenido de las imágenes y texto en la diagramación.

Existen diferentes tipos de retícula que se pueden implementar en las publicaciones, entre las cuales tenemos:



Prüne
PRIMAVERA
VERANO 2013

Prüne es una marca Argentina buscada por muchas mujeres a la hora de querer estar a la moda,sus propuestas son carteras.con materiales de cuero o materiales sintéticos.

La colección Prüne primavera verano 2013 fusiona estilos, acentuando contrastes entre lo vintage y vanguardista. Audaz, pero siempre elegante y urbana, la propuesta de la reconocida marca argentina apunta a una mujer que toma la moda como un medio de expresión, es libre y construye su propio estilo. Los materiales de la propuesta son, como de costumbre, cuero y gamuzas de primerísima calidad. También encontraremos metalizados, en bolsos, carteras en todas sus variedades, sobres y demás accesorios, como una gran variedad de billeteras y cinchos. Acentos fluo impregnan zapatos y sandalias con con importantes plataformas, lo que a estas alturas ya sabemos que es una delas fuertes tendencias de moda primavera verano 2013.

Campaña grafica primavera verano

La modelo Jeisa Chiminazzo fue fotografiada por Urko Suaya, para mostrar la colección de la firma PRUNE PRIMAVERA VERANO.

La línea es ecléctrica y juega con el contraste entre lo vintage y lo actual. Cuero, gamuza y metalizados son los materiales elegidos para el verano 2013. Y si bien es cierto que las carteras son el accesorio por excelencia de la marca. las sandalias y las plataformas se lucen con acento fluor.

Aquí te dejamos algunas de las imágenes de la campaña grafica.

Figura 18: Retícula de 8 columnas usada para la campaña Prüne

Retícula manuscrita o bloque: Consiste en una sola columna y ocupa la mayor parte de la página, esto permitirá disponer el texto de forma secuencial, es la más fácil de usar dependiendo del tipo de composición que se realiza.

Retícula de columnas: Consiste en usar 2 o más columnas verticales. No existe un límite en la actualidad para la ubicación de estas columnas que representa un diseño simétrico con respecto del lomo, permitiendo generar una mejor distribución de los elementos en una página.

Retícula modular: Es la más completa por su división de columnas. Además, posee líneas tanto horizontales como verticales que permiten dividir la página formando pequeños módulos, para un diseño más elaborado como los de las revistas.

Retícula jerárquica: Se adapta en función de las necesidades que pueden presentar los elementos en la diagramación. Sean estos por su proporción, forma e irregularidades que pueden presentarse en el diseño.

7.5. TIPOGRAFÍA

Suele ayudar mucho para transmitir la información. Saber escoger una tipografía adecuada permite identificar el tipo de publicación. Se usa mucho los diferentes tamaños de tipografía que puedan dar un correcto uso visual sin que sea excesivamente pequeña o grande el texto. No todas las tipografías son iguales en tamaño, aunque dispongan de la misma medida. En algunos

casos el mismo cuerpo en Arial no aparenta ser el mismo en Adobe Garamond porque suelen variar las alturas de las x (tamaño).

Es necesario ser minucioso en la elección de una tipografía adecuada, porque cada una presenta una serie de proporciones particulares que la hacen única y la diferencia del resto.



Figura 19: Ilustración de revista con varios tamaños de fuentes tipográficas

El cuerpo del texto está dividido en los ascendentes, las alturas de las x y las descendentes. Sin embargo, podemos darnos cuenta de la diferencia de tamaño que existe entre diferentes tipografías. Puede resultar complicado en el momento de escoger una familia tipográfica adecuada. Es recomendable hacer impresiones de prueba, esto facilitará ver todo el diseño que estamos realizando, sea tipografía, maquetación, etc., Así podremos corregir nuestro arte para revisar tamaños te textos y demás elementos que sean legibles para el lector.

“Dentro de la tipografía se mantiene una clasificación general, de las cuales se han ido agregando nuevos estilos tipográficos con el paso del tiempo, existen un sin número de tipografías con diferentes estilos, además una familia agrupa todas las variaciones posibles de un tipo de letra o de una fuente específica, esto es, los diferentes grosores, anchos y cursivas”. (Ambrose & Harris, Fundamentos de la tipografia, 2007).

Maximilian Vox clasificó por primera vez todos los tipos de su época; su trabajo sentó las bases para el desarrollo de otras clasificaciones como la de Aldo Novarese o la de Atypl. A continuación, presentamos las clasificaciones tipográficas de Vox, que son las más empleadas en la actualidad

Humanas (Humanísticas - Venecianas): Son los primeros tipos romanos que se derivan de los manuscritos humanistas del siglo XV. Tienen un contraste débil y gradual entre los trazos gruesos y finos, el transversal de

la e de caja baja es oblicuo; las letras de caja baja tienen ascendentes oblicuos y trazos terminales, mientras que las letras de caja alta tienen la misma altura que las ascendentes; los trazos terminales son gruesos e inclinados.

Garaldas (Garald - Old face - Antiguos): Se caracterizan por sus proporciones más finas y flexibles. Su modulación es oblicua, hay contraste medio entre los trazos gruesos y los finos; tienen trazos terminales en los pies de las letras de caja baja, transversal horizontal de la e minúscula; la caja alta es más corta que los ascendentes de caja baja.

Reales (Réales - De transición): Las reales poseen características tanto del estilo antiguo como del estilo moderno. Su modulación es vertical o casi vertical, el contraste entre trazos gruesos y finos oscila de medio a alto; los trazos terminales ascendentes de las letras de caja baja son ligeramente oblicuos y los trazos inferiores son generalmente horizontales, en algunos casos casi horizontales. Los trazos terminales son por lo general angulosos y cuadrados.

Didonas (Didones - Modernos): Se reconocen por su verticalidad, fuerte contraste y por sus patines perfectamente horizontales. Presentan contrastes abruptos entre trazos gruesos y finos. Los trazos terminales del pie y ascendentes de caja baja son horizontales; los trazos terminales horizontales son delgados y usualmente cuadrados.

Mecánicas (Slab seriffed - Egyptians): Tienen poco o nulo contraste en el grosor de los trazos, el espaciado es ancho, los trazos terminales son generalmente del mismo grosor que las astas.

Lineales (Sans - Sans serif - Grotescas)

Grotesque: Presentan algún contraste en el grosor de los trazos, tienen una ligera cuadratura en las curvas. La R de caja alta tiene usualmente una rama curvada; la g tiene frecuentemente un ojal abierto.

Neo-Grotesque: Modernos caracteres sin serif. En el texto los grosores de trazo están menos marcados, la embocadura de ciertas letras como la C suele ser más abierta; la g no tiene anillo inferior cerrado.

Geométricas: Estos tipos se construyen a partir de líneas rectas y figuras geométricas básicas como el círculo y el rectángulo.

Humanistas: Basadas en la proporción de la redonda versal, los caracteres humanísticos y garaldas de caja baja, y presentan algún contraste en el grosor de los trazos.

Incisas: (Incises - Talladas): Caracteres basados en letras talladas en piedra o en metal. Tiene una cercana relación con las lineales, con frecuencia sus uñas son pequeñas y triangulares.

De escritura (Scripts): Letra que imita la escritura manual producida con plumilla, pincel o buril. Son de inspiración caligráfica.

Manual (Manuaires): Creados en base a originales dibujados a mano, con pincel, lápiz o cualquier otro instrumento; no representa ningún tipo de

escritura, inadecuados para la composición de textos; se emplean con fines publicitarios, por su diversa forma en las letras.

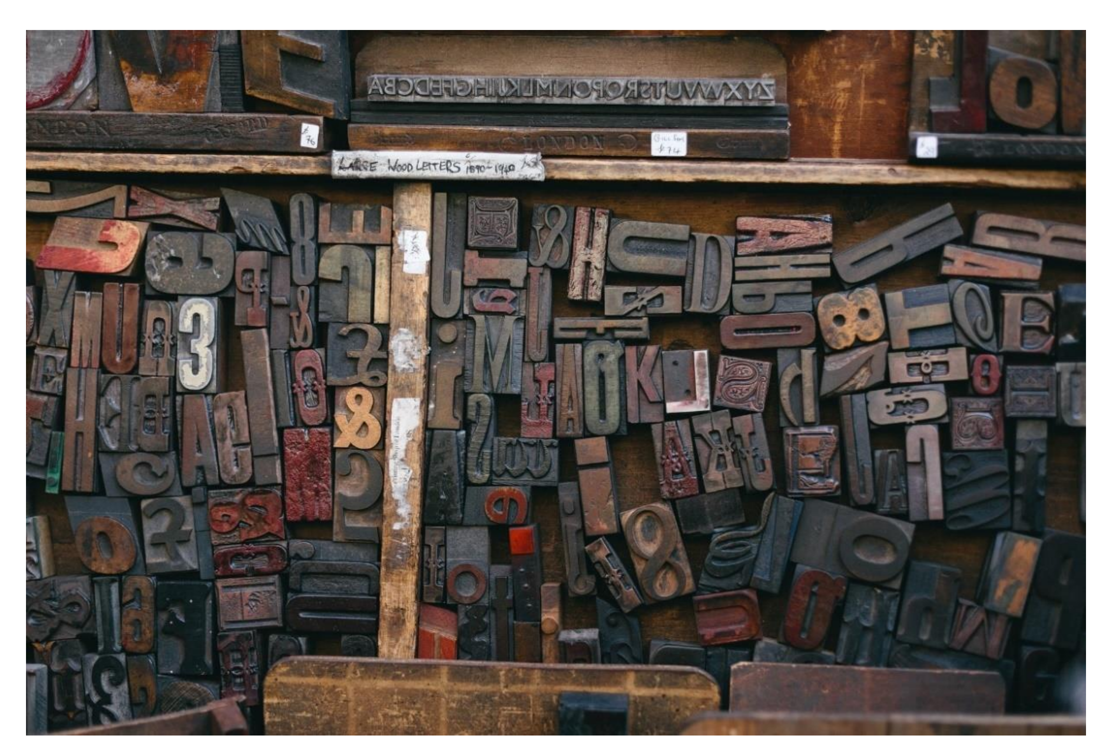


Figura 20: Muestra de diferentes cajas tipográficas que se usaba en la impresión

7.5.1. CARACTERÍSTICAS DEL TEXTO

“El texto es el conjunto de letras que contiene nuestra publicación que es reconocido desde la época del siglo XV hasta en nuestro día llamado como tipografía”. (Unos tipos duros, 2008).

El texto tiene que ser claro y conciso por parte del escritor. El objetivo es comunicar mediante palabras que puedan ser entendidas con facilidad por el lector, sin importar la cantidad de información que tenga la publicación.

Cada contenido debe generar algún interés, puede ser acerca de tecnologías, finanzas, economía o algún ámbito relacionado con información de interés y noticias actuales, que por lo general siempre crean expectativa en el lector, a quien es fácil llegar a través del texto. Entre estas características usadas en *InDesign* tenemos

Interlineado: Es la distancia que existe entre cada dos líneas de texto. Permite mantener un equilibrio visual con el objetivo de posibilitar una fácil lectura.

Kerning: Es una herramienta que permite aumentar o disminuir un espacio entre cada dos letras de una palabra. Se puede usar con la finalidad de modificar el espacio entre carácter de una palabra. Es

poco usado por los diseñadores, pero mantiene una similitud entre el tracking.

Tracking: Es una herramienta que permite aumentar o disminuir el espacio entre los caracteres de un bloque de texto. Se selecciona el párrafo y separar la cantidad de espacio conveniente, muy útil al momento de encajar mucho texto en una página. Es recomendable para no dejar líneas huérfanas o viudas en las páginas.

Escala: Consiste en agrandar o reducir el tamaño físico de un objeto. Existen 2 tipos de escalas en *InDesign* la vertical y la horizontal.

Desplazamiento vertical: Consiste en mover textos de forma vertical. Por ejemplo, para representar las potencias lo único que necesitaríamos sería editar el texto reduciendo el tamaño y con esta herramienta podemos subirlo o bajarlo un determinado espacio.

Sesgado: Inclina cualquier tipografía en un ángulo de -85º a 85º, ideal para crear una falsa cursiva. Cada tipografía tiene sus respectivas familias tipográficas, pero, si no encontramos una que disponga de cursiva (itálica), es conveniente el uso de esta herramienta que simula una cursiva de la tipografía.

En conclusión, es recomendable saber elegir una tipografía acorde al diseño de la publicación a realizar. El diseño junto a la elección tipográfica puede variar muchas veces depende del tema a comunicar. Es recomendable conocer el tipo de publicación antes de escoger la tipografía sea un libro o revista para emplearla adecuadamente.



Figura 21: Una revista usando correctamente los textos

7.5.1. CARACTERÍSTICA DEL PÁRRAFO

La estructura de párrafo está compuesta por grupos de palabras que forman una oración dando sentido a un tema determinado, esto se lo realiza entorno a la idea central. Tiene diferentes usos dentro del libro o revistas, desde contenido, destacados, epígrafe, introducción y además puesto en práctica en *InDesign* puede ofrecer una poderosa herramienta para poder realizar todo tipo de textos en relación al diseño que usaremos en nuestro libro. (de Buen Unna, 2000).

Párrafo Francés: Es cuando se justifica todo el contenido del párrafo usando una sangría para todas las líneas, excepto la primera.

Párrafo Español: Este tipo de párrafo se hace descartando la sangría y poniendo la última línea del párrafo centrado en la columna.

Párrafo Ordinario: Todo el texto está justificado con sangría de primera línea, esto depende de la cantidad que le demos de espacio en función al tamaño de la columna que ocupa una página.

Párrafo Moderno o alemán: Permite que el párrafo este totalmente justificado haciendo que todas las líneas ocupen el mismo tamaño en una caja de texto, pero la última línea debe ser corta.

Bandera Derecha: El párrafo está alineado por la derecha. En cambio, por la izquierda queda de forma irregular entre cada línea del párrafo.

Bandera Izquierda: El párrafo estará alineado por la izquierda. La característica es que todo el texto quede marginado, mientras por la derecha queda de forma irregular entre cada línea que forma el párrafo, interpretándose como bandera.

Párrafo frances | Párrafo español | Párrafo ordinario

Párrafo moderno | bandera derecha | Bandera izquierda

Figura 22: Tipos de estilo de párrafos

Justificación: Permite ordenar el texto de forma uniforme, dando estética y comprensión a la lectura.

Sangría: Permite agregar un espacio a una o varias líneas (párrafos), además de editar la cantidad de espacio que deseamos sea desde la primera línea o la última del párrafo.

7.6. IMPORTANCIA DEL LIBRO Y LAS REVISTAS

Los libros y revistas son publicaciones similares porque permiten comunicar y difundir un mensaje al lector. La brecha que existe entre ambos es el tipo de público, adaptándose a las necesidades del consumidor. Si hacemos comparaciones entre el uno y el otro, sabremos que el libro tiene una manera de comunicar más seria en su contenido, siendo una necesidad en la mayoría de los casos. Incluso varia los rasgos de su diseño logrando un equilibrio en la composición, mientras que la revista trasmite otro tipo de mensaje con un contenido entretenido e informativo, mientras que en el diseño posee variedad de colores y formas.

El libro es una publicación impresa muy distinta a la revista de carácter formal o semiformal, que trata de vincular contenidos de carácter informativo y no de publicidad. El libro es considerado un material de apoyo por su variedad de información y sus diferentes temas a tratar, incluso pueden tener varios géneros literarios. Se podría clasificar a los libros de esta forma



Figura 23: Diferentes tipos de libros

Libros narrativos o expresivos: Es de un contenido extenso donde narra situaciones sobre un determinado tema, aunque algunos puedan ser reales o no, además de ser de lectura prolongada.

Libros informativos o de divulgación: Tiene un contenido orientado a informar un tema específico de cualquier asignatura, es de carácter

formador, dentro de esta clasificación estarían los libros científicos, de referencia, los escolares y los de proyectos. Estos tratan de cualquier ámbito sea, académico, económico, social, etc., lo que resulta muy útil cuando se necesita realizar investigaciones.

En cambio, las revistas podemos considerarlas como una publicación impresa que circula de manera periódica siendo (mensual, trimestral, cuatrimestral, semestral o anual), con contenido resumido de forma concreta y directa. Tiene información actualizada con diferentes secciones, incluso la revista forma parte de los medios gráficos.

Lo que envuelve al lector no es la noticia o acontecimiento inmediatos, que de esto se encargan los diarios (informan lo último en acontecer). Más bien es complementar y ampliar temas mediante destacados, historias o artículos, entre otros. La manera de ubicar la información dentro de la revista es más orientativa, puede contener un diseño informal.

La finalidad de una revista es amenizar el ocio de los lectores haciendo publicaciones para diferentes sectores y grupo objetivo. Estas pueden ser más comerciales, además su contenido está relacionado con farándula y entretenimiento. La manera de financiar las revistas es mediante la publicidad que suelen incluir dentro de las páginas.

Las empresas ocupan estos espacios publicitarios, recurriendo a las revistas, pero dependiendo del tamaño y la ubicación en las páginas pueden variar su coste. Es su principal fuente de apoyo porque pueden costear los gastos de producción a cargo de editoriales. Las clasificaciones de la revista suelen ser de diferentes tipos. Entre las cuales se clasifican en periodísticas, ocio, científicas y especializadas.



Figura 24: Diferentes tipos de revistas

Revista periodística: Informa sobre un determinado tema, dentro del ámbito real (acontecimiento), son temas específicos sobre la actualidad, puede incluir noticia o entrevistas.

Revista de ocio: Son las que se realizan con el propósito de entretener al lector con temas cotidianos, además de traer información ligera donde incluye la mayor cantidad de gráficos e imágenes.

Revista científica: Estas abarcan información académica sobre temas de carácter científicos, se usan para difundir investigaciones, avances o novedades dentro de un tema profesional específico.

Revistas especializadas: Esta tratará de un tema en concreto, sobre las cuales podrán tener varios temas haciendo referencia a una categoría específica entre ellos la política, economía y muchos otros.

7.7. ELEMENTOS DE MAQUETACIÓN DE LAS PUBLICACIONES

Las publicaciones dependen de ciertas características para componer la diagramación y maquetación. No es simplemente acomodar elementos por donde se quiera, todo debe llevar una armonía que se debe respetar para que sea entendible. Además, el software permite facilitar mucho el trabajo, pero si no tienes la experiencia puede que no puedas realizarlo de manera correcta y que presente problemas al momento de acabar tu trabajo.

Muchos libros son diseñados con la finalidad de ser vendidos, pero el deseo de un hombre de negocios de obtener grandes beneficios para comunicar sus ideas abarca más allá del entretenimiento, no se venden por lo general más de unos cuantos miles de ejemplares, por lo que resulta complicado obtener grandes beneficios, con los costos de producción, diseño e impresión. (McLean, 1993).

Cada libro y revista contienen páginas impares y pares, siendo la primera la derecha, mientras la segunda la izquierda. Se debe realizar un boceto previo con trozos de papel para estudiar cómo se distribuirá la información. Contamos con los siguientes elementos que son usados con la finalidad de crear una composición nueva en *InDesign*.

Columnas: Es el cuadro en el que se usará el cuerpo de texto, además permite definir la posición de ciertos elementos que aparecen en la página (dónde va el título, subtítulo, pie de foto, etc.). No es algo rígido y depende del medio para el que se utilice, actúa como guías de párrafo. Las columnas son un elemento útil que le da la ubicación a nuestro texto, lo recomendable es usar la retícula manuscrita o de columnas para un libro.

En la revista se le suele llamar al artículo de prensa a la columna, su contenido se renueva por cada publicación, además de ser variado o pertenecer a un tema específico. La ubicación suele estar siempre expuesta de forma vertical, dentro de la revista, este espacio siempre queda destinado para el redactor o periodista encargado del artículo. En una diagramación las columnas son las cajas de texto de un contenido, además estas actúan como guías de párrafo. En las retículas la ubicación del texto mediante las columnas depende de la plantilla a usar.

Márgenes: Son los espacios en blanco que le dan soltura a nuestra diagramación en el libro. Estos márgenes están compuestos por cabeza, pie, lomo y corte, llamados así, o en el programa de *InDesign* denominados como superior, inferior, interior y exterior. El margen es útil para agregar elementos como la cabecera y numeración de páginas.

En una revista no es necesario dejar mucho margen dependiendo el diseño que se establezca. Lo importante es que la revista sea atractiva al público, tomando siempre en cuenta el tipo de revista a realizar.

Sangrado o Rebase: Es el exceso adicional de todos los lados de nuestro arte, y una manera correcta de ponerlo en práctica es usar una medida estándar de 3 mm adicional a la página.

En la actualidad gran parte de los diseñadores desconoce el uso del rebase y de su aplicación al diseño. Se lo utiliza en las imprentas para el proceso de los artes antes de ser impresos. Además, usar esta herramienta ayuda evitar problemas como recortes de fotos o textos demasiados esquinados al momento de imprimir.

Es importante que en nuestro proyecto de diseño editorial incluyamos el uso de esta herramienta para asegurar realizar una correcta diagramación y composición.

En las publicaciones cuando aplicamos el sangrado a la página usamos el exceso para el margen superior, inferior, exterior. El lomo no llevara sangrado porque las páginas irán pegadas cuando se lo haga por doblez del pliego. Algunos no usan sangrado en los libros simplemente porque no saben llevar cabeceras o diseño que cubran toda la página.

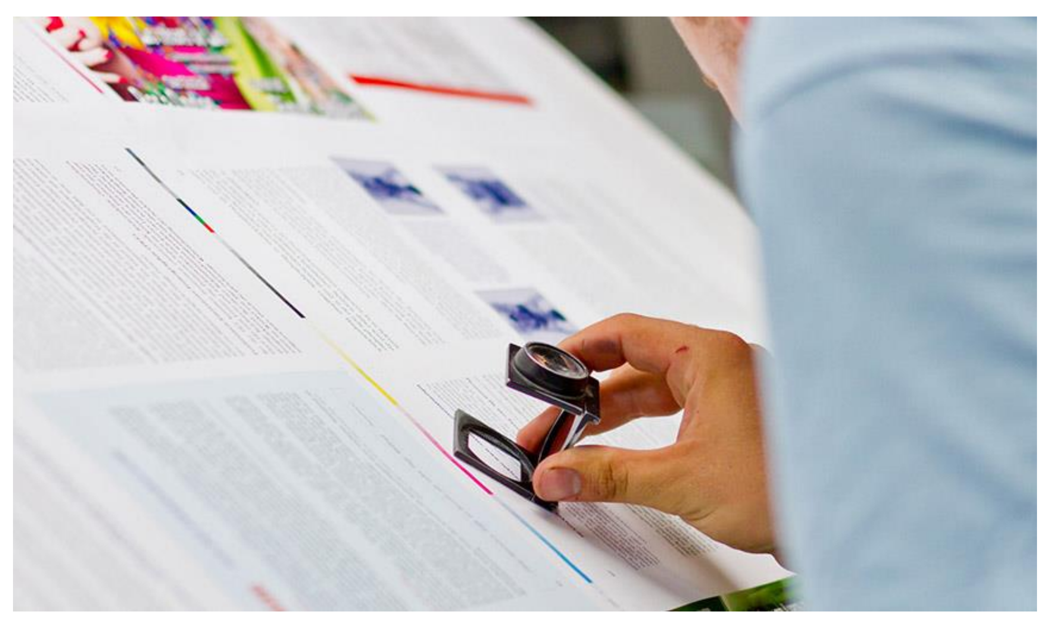


Figura 25: Un pliego en impresión offset con márgenes y sangrados

Páginas: Es el soporte sobre el cual está plasmado la diagramación o maquetación. En *InDesign* nos ofrece configuraciones para crear

documentos nuevos implementando retículas, colocación del texto, además es necesario modificar cada una de ellas, tomando en cuenta la importancia de crear un boceto para la publicación del libro o revista.

Existen páginas maestras en *InDesign* que permiten tener dominio sobre otras. Podemos crear páginas tras páginas con jerarquía, de tal forma que si en una tenemos la maestra sabemos que podemos aplicar este estilo a todas las demás. Estas páginas son las que complementan el interior de una publicación.



Figura 26: Revisión de la impresión de una revista por sistema offset

Las publicaciones de libros o revistas grapadas se componen de múltiplos de 4, eso quiere decir que siempre se encontrará 2 páginas juntas entre sí. En cambio, las publicaciones pegadas por el lomo son diferentes, porque pueden acoplarse hojas sueltas de manera independiente.



Figura 27: Diferentes tipos de revistas (con lomos y grapadas)

7.8. DISEÑO EDITORIAL APLICADO AL LIBRO

7.8.1. CARACTERÍSTICAS EXTERNAS DEL LIBRO

Los libros poseen características diferentes al de la revista. Además, suelen tener mayor cantidad de páginas y una portada más robusta, que permita protegerlo de la manipulación por parte del lector. Las clasificaciones de las diferentes secciones del libro son:

Sobrecubierta o anteportada: Es la envoltura que va a cubrir el libro, con el propósito de que cubra al encuadernado o empastado. En la actualidad se usa muy poco la sobrecubierta porque en la mayoría de libros viene solo la cubierta, y los que lo usan son libros denominados de lujo. El contenido de esta cubierta comúnmente suele detallar el número de ediciones, volúmenes, título del libro y el autor, aunque algunos suelen usar imágenes o fondos planos.

Faja: Es el adhesivo que lleva para asegurar el libro y darle un mejor realce. Además, se aprovecha ese espacio para añadir biografías, frases, una pequeña introducción, o nombre de la Editorial.

Cubierta o Portada: Esta es la que protegerá al contenido del libro, donde a través de una imagen visual se podrá conocer brevemente la información del mismo. Ésta podría ser la más importante, porque depende del impacto visual que tenga la portada.

Lomo: Es un factor sumamente importante donde se define el nombre del libro. Si tenemos un grupo de libros, mediante el lomo será fácil reconocerlo, esto suele ocurrir cuando nos encontramos en la

biblioteca donde disponemos de una variedad de libros y la manera de buscarlo es leer la descripción del lomo.

Contracubierta o Contraportada: Es la parte opuesta en relación a la portada, tal vez no necesite tener el mismo impacto, pero es muy interesante encontrar elementos característicos como breve descripción del contenido del libro.

Solapa: Es un recurso adicional a la portada que usan muchos autores para agregar información útil e informativa, con la idea de comunicar al lector biografías propias, además de otros libros escritos por el autor.

7.8.2. SECCIONES DEL LIBRO

La sección interna del libro es la que nos permite distribuir los textos en las páginas y clasificarlos de manera ordenada, estas abarcan desde el principio que es la guarda hasta el final que encontramos el colofón, en algunos casos no se suele utilizar este último. Estas secciones son:

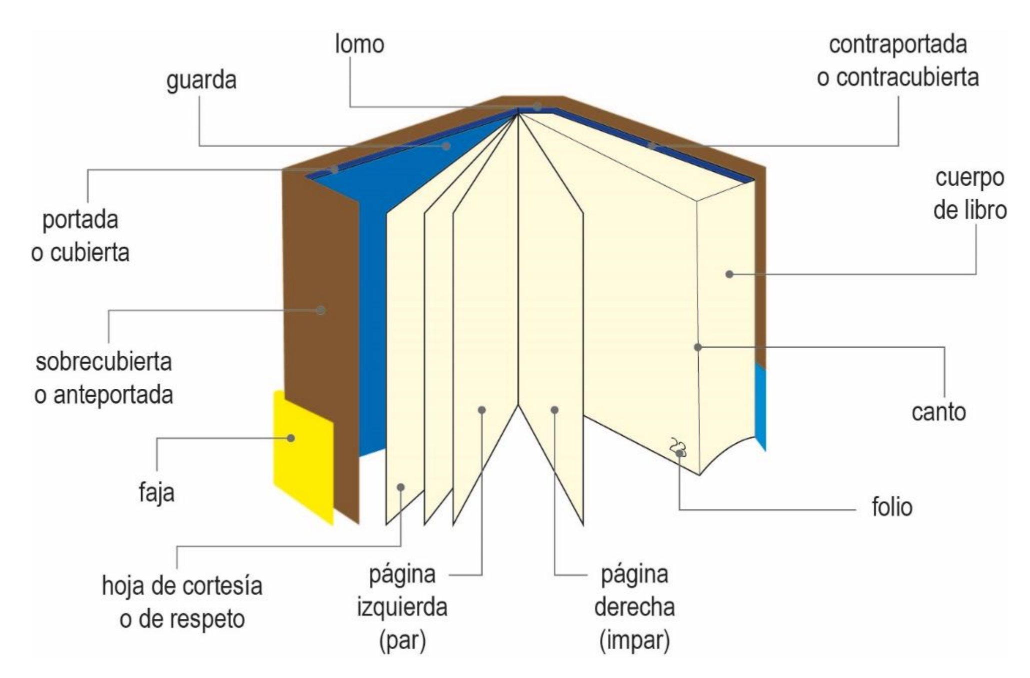


Figura 28: Partes del libro

Guarda: Se encuentra en la parte interna del libro, esto suele ir en los encuadernados o empastados, donde se une la portada con la página interna siendo una sola.

Hoja de Cortesía o de respeto: Suelen ir ubicadas al inicio o final del libro, representa elegancia al momento de revisar el libro. Se suele poner páginas en blanco o rara vez se usa otro material de impresión.

Cuerpo del libro: Es la conformación global de lo que contiene el libro, es el contenido interno que se encuentra entre la portada y contraportada

Portadilla: Es la primera página con contenido del libro, esta suele seguir después de las hojas de cortesía, su contenido es sencillo, por lo general los elementos a incorporar dentro de esta página son el título, el autor y una imagen representativa.

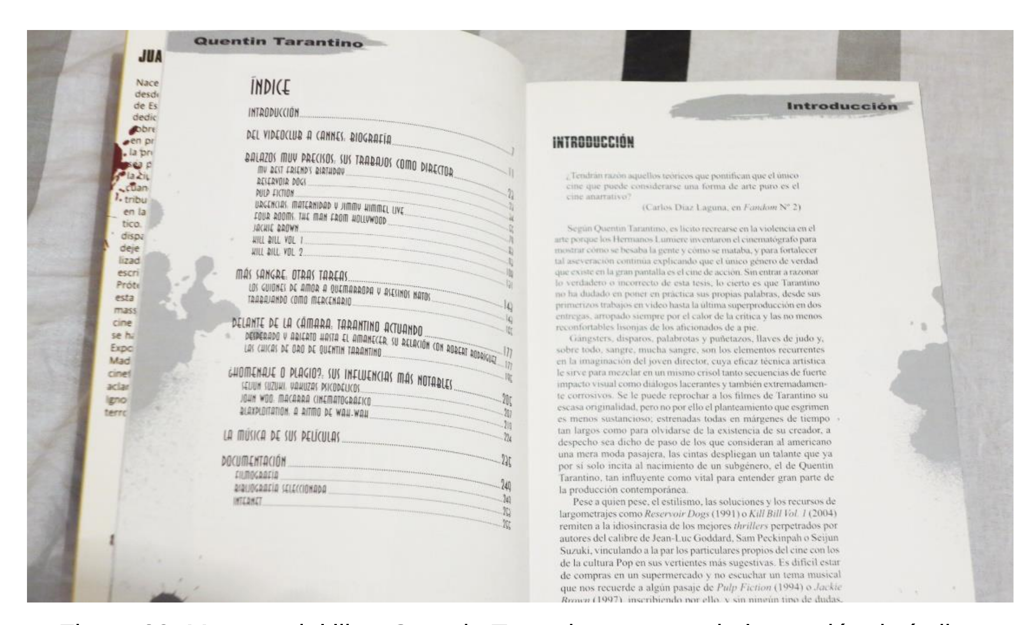
Página de créditos: Esta sección suele pasar desapercibida, pero su contenido es importante para conocer la información general del libro, donde encontraremos derechos de la obra: el número de la edición y el año, número de reimpresión (si los hubiere), el nombre del traductor (si es escrita en otro idioma), el año en que se reservaron los derechos, nombre de los autores del libro, nombre de la Editorial, lugar de impresión, tiraje de libro, y finalmente el ISBN.

Dedicatoria: El autor expresa una dedicación especial a una o varias personas que fueron motivo de superación para realizar el libro. Aunque suelen omitir esta página o la fusionan con la página de agradecimientos.

Agradecimientos: El autor refleja su agradecimiento a todas las personas o empresas que colaboraron directa e indirectamente con el proyecto a realizar.

Prólogo: Este contenido lleva información referente a opiniones o criticas de un determinado tema del libro. Este texto no es escrito por el mismo autor del libro, lo suele escribir una persona especializada y con conocimientos en el tema del libro.

Índice: Es la guía más importante que tendrá el libro para poder trasladarse el lector en los diferentes temas del libro, acerca de los temas que desea consultar con la finalidad de orientar.



Quentin Tarantino

ÍNDICE

Introducción

INTRODUCCIÓN

¿Tendrán razón aquellos teóricos que pontifican que el único cine que puede considerarse una forma de arte puro es el cine anarrativo?

(Carlos Díaz Laguna, en *Fandom* Nº 2)

Según Quentin Tarantino, es lícito recrearse en la violencia en el arte porque los Hermanos Lumiere inventaron el cinematógrafo para mostrar cómo se besaba la gente y cómo se mataba, y para fortalecer tal aseveración continúa explicando que el único género de verdad que existe en la gran pantalla es el cine de acción. Sin entrar a razonar lo verdadero o incorrecto de esta tesis, lo cierto es que Tarantino no ha dudado en poner en práctica sus propias palabras, desde sus primerizos trabajos en vídeo hasta la última superproducción en dos entregas, arropado siempre por el calor de la crítica y las no menos reconfortables lisonjas de los aficionados de a pie.

Gángsters, disparos, palabrotas y puñetazos, llaves de judo y, sobre todo, sangre, mucha sangre, son los elementos recurrentes en la imaginación del joven director, cuya eficaz técnica artística le sirve para mezclar en un mismo crisol tanto secuencias de fuerte impacto visual como diálogos lacerantes y también extremadamente corrosivos. Se le puede reprochar a los filmes de Tarantino su escasa originalidad, pero no por ello el planteamiento que esgrimen es menos sustancioso; estrenadas todas en márgenes de tiempo tan largos como para olvidarse de la existencia de su creador, a despecho sea dicho de paso de los que consideran al americano una mera moda pasajera, las cintas despliegan un talante que ya por sí solo incita al nacimiento de un subgénero, el de Quentin Tarantino, tan influyente como vital para entender gran parte de la producción contemporánea.

Pese a quien pese, el estilismo, las soluciones y los recursos de largometrajes como *Reservoir Dogs* (1991) o *Kill Bill Vol. 1* (2004) remiten a la idiosincrasia de los mejores *thrillers* perpetrados por autores del calibre de Jean-Luc Goddard, Sam Peckinpah o Seijun Suzuki, vinculando a la par los particulares propios del cine con los de la cultura Pop en sus vertientes más sugestivas. Es difícil estar de compras en un supermercado y no escuchar un tema musical que nos recuerde a algún pasaje de *Pulp Fiction* (1994) o *Jackie Brown* (1997), inscribiendo por ello, y sin ningún tipo de dudas,

Figura 29: Muestra del libro Quentin Tarantino mostrando la sección de índice

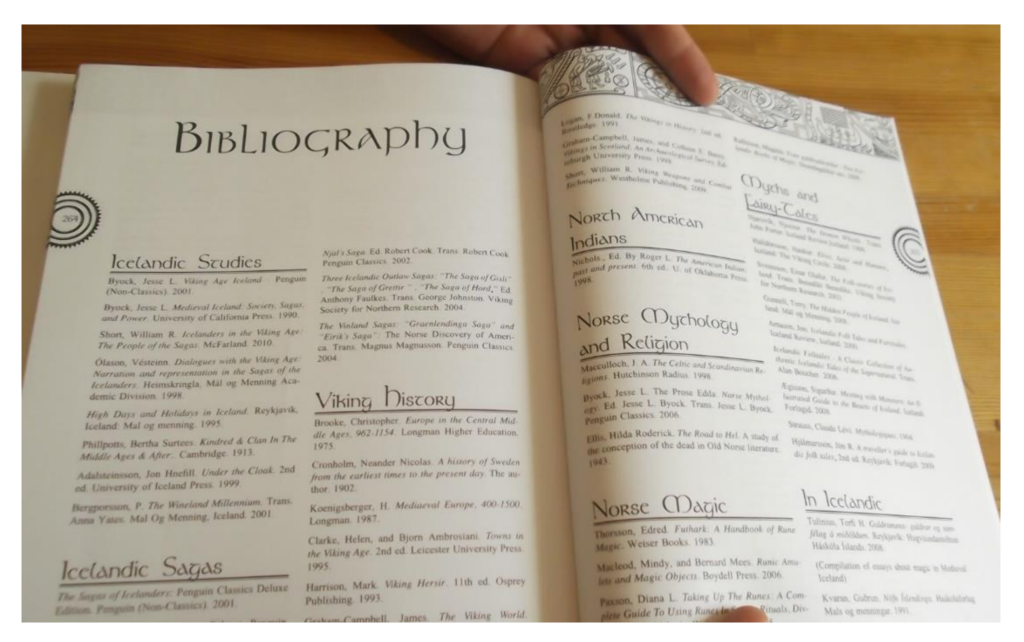
Introducción o Presentación: Suele encabezar el principio de cada capítulo, por lo general es usado en libros literarios o científicos, el contenido es un resumen breve de lo que contendrá el libro o tema a tratar creando expectativa al lector, con la finalidad de interesarse en la lectura, así mismo ocupa la página derecha para comenzar

Epígrafe: Esta sección algunos autores suelen fusionarla con el Prólogo, pero es algo completamente diferente, así mismo lo vinculan con el prefacio donde suele ser casi similar pero no igual. Representa una frase al comienzo de un escrito o también del capítulo que expresa la idea y tiene relación con el contenido.

Listado de abreviaturas: Esta sección hace referencia a las palabras que se usan durante el contenido del texto, la forma exacta de escribirlas es consultarla en la Real Academia Española, la cual propuso un listado de abreviaturas.

Apéndice o Anexo: Es la información adicional que contribuye a informar temas relacionado con el contenido del libro, donde se encuentran documentos originales o copias de estos. Les da mayor soporte a los libros de investigación, no todos los libros usan este recurso.

Bibliografía: Es el apoyo y referencia que tienen el contenido del libro, incluso es útil para conocer las fuentes confiables de las que se fundamentó toda la estructura e información del contenido, así mismo de las citadas durante toda la obra.



BIBLIOGRAPHY

264

Icelandic Studies

Byock, Jesse L. *Viking Age Iceland*. Penguin (Non-Classics). 2001.

Byock, Jesse L. *Medieval Iceland: Society, Sagas, and Power*. University of California Press. 1990.

Short, William R. *Icelanders in the Viking Age: The People of the Sagas*. McFarland. 2010.

Ólason, Vésteinn. *Dialogues with the Viking Age: Narration and representation in the Sagas of the Icelanders*. Heimskringla, Mál og Menning Academic Division. 1998.

High Days and Holidays in Iceland. Reykjavik, Iceland: Mal og menning. 1995.

Phillpotts, Bertha Surtees. *Kindred & Clan In The Middle Ages & After*. Cambridge. 1913.

Adalsteinsson, Jon Hnefill. *Under the Cloak*. 2nd ed. University of Iceland Press. 1999.

Bergporsson, P. *The Wineland Millennium*. Trans. Anna Yates. Mal Og Menning, Iceland. 2001.

Icelandic Sagas

The Sagas of Icelanders: Penguin Classics Deluxe Edition. Penguin (Non-Classics). 2001.

Njal's Saga. Ed. Robert Cook. Trans. Robert Cook. Penguin Classics. 2002.

Three Icelandic Outlaw Sagas: "The Saga of Gisli", "The Saga of Grettir", "The Saga of Hord," Ed. Anthony Faulkes. Trans. George Johnston. Viking Society for Northern Research. 2004.

The Vinland Sagas: "Graenlendinga Saga" and "Eirik's Saga": The Norse Discovery of America. Trans. Magnus Magnusson. Penguin Classics. 2004.

Viking History

Brooke, Christopher. *Europe in the Central Middle Ages, 962-1154*. Longman Higher Education. 1975.

Cronholm, Neander Nicolas. *A history of Sweden from the earliest times to the present day*. The author. 1902.

Koenigsberger, H. *Mediaeval Europe, 400-1500*. Longman. 1987.

Clarke, Helen, and Bjorn Ambrosiani. *Towns in the Viking Age*. 2nd ed. Leicester University Press. 1995.

Harrison, Mark. *Viking Hersir*. 11th ed. Osprey Publishing. 1993.

Graham-Campbell, James. *The Viking World*

Graham-Campbell, James, and Colleen E. Batey. *Vikings in Scotland: An Archaeological Survey*. Edinburgh University Press. 1998.

Short, William R. *Viking Weapons and Combat Techniques*. Westholme Publishing. 2009.

North American Indians

Nichols., Ed. By Roger L. *The American Indian: past and present*. 6th ed. U. of Oklahoma Press. 1998.

Norse Mythology and Religion

Macculloch, J. A. *The Celtic and Scandinavian Religions*. Hutchinson Radius. 1998.

Byock, Jesse L. The Prose Edda: *Norse Mythology*. Ed. Jesse L. Byock. Trans. Jesse L. Byock. Penguin Classics. 2006.

Ellis, Hilda Roderick. *The Road to Hel*. A study of the conception of the dead in Old Norse literature. 1943.

Norse Magic

Thorsson, Edred. *Futhark: A Handbook of Rune Magic*. Weiser Books. 1983.

Macleod, Mindy, and Bernard Mees. *Runic Amulets and Magic Objects*. Boydell Press. 2006.

Paxson, Diana L. *Taking Up The Runes: A Complete Guide To Using Runes In … Rituals, Div-*

Myths and Fairy-Tales

In Icelandic

Figura 30: Libro Mysthic Iceland, se observa la sección de bibliografías

Glosario: Es una recopilación de las palabras usadas en el libro, donde se le agrega la definición de cada una de ellas, además las palabras que se agregan son vocabularios que no se usan con frecuencia. Esta sección está ubicada en la última página del libro situada antes del colofón.

Colofón: En la actualidad esta sección ya no es usada, porque los elementos eran lugar, fecha de finalización, nombre de la imprenta, otra información relevante (teléfonos, dirección), el dibujo o logo de la editorial, algunos impresores incluían una frase en latín, está situada en la parte final del libro en la página derecha, antes de las hojas de cortesía del libro (si este llegara a usar).

7.8.3. ELEMENTOS DE PUBLICACIÓN

Estos elementos son lo que forman una composición de forma visual y objetiva, siendo parte de la retícula, que posteriormente se distribuyen en el libro. Son elementos necesarios en la diagramación de la página. Estos son

Cabecera: Es el texto que se encuentra en la parte superior, es un texto representativo que comunica el nombre del libro en algunos casos, pero en otros el nombre del capítulo, si es que lo hubiere.

Título: Es el texto más destacado que comienza un determinado tema situado dentro del libro, podemos objetar que mediante el titulo el lector podrá tener como referencia la información a tratar, es la frase que nos anticipa al contenido.

Subtítulo: Son los diferentes subtemas en relación al título. Es la información que complementa al tema central y se sitúa por debajo del título, siendo el primer párrafo en algunos casos. Es la forma de atrapar al lector.



Figura 31: Publicación Construir ciudades, se muestra los diferentes elementos

Párrafo: Es un grupo de texto que agrupados dan origen al párrafo, este debe constar de alienación, justificación, dependiendo del autor el estilo que use para expresar el contenido general que ayude aclarar toda la información de un tema determinado.

Notas al pie de página: Es la información adicional referente a una palabra o texto que no puede incluirse en el contenido de la página. Sin embargo, la información tiene que ser precisa y concisa de tal forma que el uso es exclusivo para complementar al contenido, que no puede ser incluido dentro del contexto principal.

Citas: Consiste en reproducir un texto que puede ser exacto o similar al original, sea una frase o párrafo de otro autor, en algunos casos se puede alterar su contenido siendo claro y especifico.

Capitulares: Se identifica a la primera letra que se sitúa en el principio de un párrafo, de tal forma que sea de fácil ubicación para el contenido de un capitulo o determinados temas, sin embargo, es pura estética. La característica de la capitular es el tamaño suele ocupar en las primeras líneas de texto.

Huérfanas o Viudas: La Huérfana es cuando la primera línea que comienza un párrafo se encuentra situada en la última parte de la página, dejando inconcluso una información. La viuda es la línea última del párrafo que comienza en una página nueva. Esta queda demás en la composición y visualmente quedaría muy mal en el texto.

Filetes: Son líneas que van encima del texto, estas pueden ser finas o gruesas, la función del filete permite delimitar los cuadros o algún contenido en general que sea necesario destacar.



Figura 32: Modelo final de un libro con pasta dura y pegado especial

7.9. DISEÑO EDITORIAL APLICADO A REVISTAS

7.9.1. CARACTERÍSTICAS EXTERNAS DE LA REVISTA

Las revistas están compuestas de elementos únicos y característicos propios de la publicación, esto permite diferenciarlos fácilmente del libro mediante su estética y diseño, no todos los elementos son iguales, y en caso de serlo funcionan de manera diferente, su uso depende en gran medida del público objetivo. Entre las principales características tenemos:

Portada: Es la cara principal (primera página de la revista) suele estar representada por un elemento esencial que es la imagen más representativa, es lo que permite al lector decidir en comprarla o no, siempre que esta le llame la atención y sea de su agrado.

Cabecera: Es el elemento identificativo sobre lo que se diferencia una revista de otra, puesto que va el nombre de la revista, donde resalta de forma identificativa para conocer sobre el tipo de revista a tratar, a su vez se lo relaciona con el logo, este es un elemento clave que suele ocupar un 1/8 de página, depende del diseño del mismo. Es un factor decisivo en los consumidores, si es atractiva, ellos pueden hacerse la idea sobre el contenido que tratará, además de los elementos que la apoyen, lo cual podrá o no ser muy entretenida, sin leerla.



Figura 33: Portadas de revistas en el kiosco, capta la atención del lector mediante el diseño de su cabecera, identifica el tipo de revista

Datos Referenciales: Son detalles propios de la revista que comunican muy poco al lector, entre ellas están el coste de la misma,

esta suele cambiar dependiendo el tipo, y la cantidad de páginas, que tenga:

- Número de edición por año: muestra la cantidad de veces que salen al año, entre estas pueden ser mensual, trimestral, cuatrimestral o semestral, que de acuerdo a la cantidad de veces que salgan se agrega el número.
- Número de publicación: Es el número de revista desde la fecha de su publicación hasta la actualidad que sale al mercado o llega al público.
- Tiraje: es la cantidad de impresión que realizaron para ese número de publicación de las cuales fueron puestas de venta para el público.
- Fecha: Indica el tiempo a la que pertenece la información que posee la revista, siendo en algunos casos este espacio para especificar de qué mes a que mes es la edición.
- Código de Barras: Es la representación de líneas y números, expuesto sobre una franja blanca, esta simbología, permite identificar al producto el cual es reconocido de forma única.

Titular o cabezal: Es el título de el tema más relevante dentro de la revista, siendo el de mayor interés que genere hacia al lector. Algunas revistas tienen la potestad de ubicarlo donde sea conveniente de acuerdo a la diagramación empleada. Se usa una tipografía mucho más grande que la de los demás titulares secundarios.

Titulares secundarios: Son los títulos de los diferentes temas a tratar sobre el contenido general de la revista, lo cual son elementos importantes, porque con ellos se puede aportar una mayor información al lector, y sirve de apoyo al titular principal.

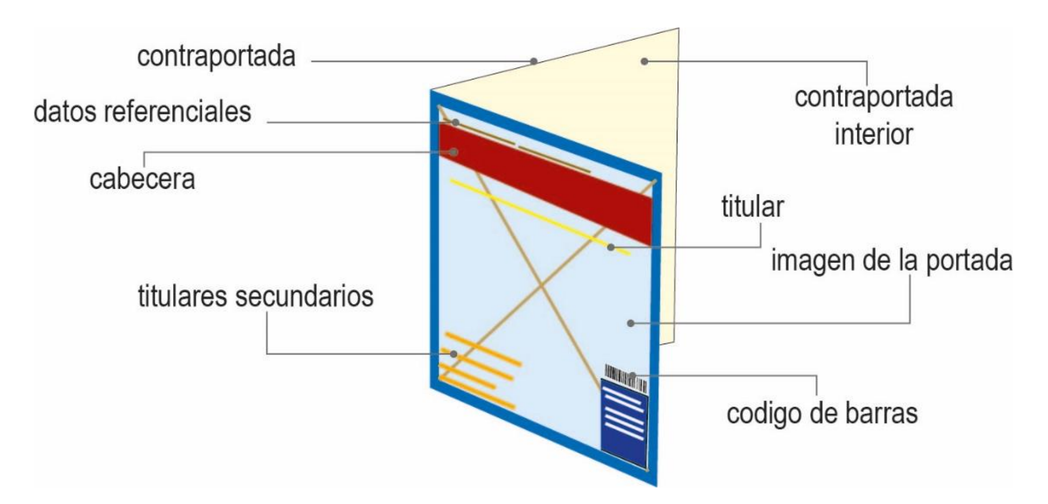


Figura 34: Los principales elementos de una portada

Pestaña: Son los recuadros en la portada que muestran la información adicional sobre un determinado tema específico, como el artículo o reportajes, pero descrito no como un título, si no como una pequeña introducción, hecho en bloques de textos (párrafos), con la intención de llamar al lector, y conocer los temas relevantes.

Lomo: Al igual que puede ocurrir con cualquier publicación con gran cantidad de hojas, no le suelen dar la suficiente importancia, pero resulta que juega un factor importante como pieza editorial. Los elementos del lomo son sencillos, entre ellos consta el nombre de la revista (la cabecera), la fecha, el número de edición, algunos suelen ubicar el coste de la revista.

Páginas centrales: Son las que se consideran con un alto costo publicitario porque habitualmente se ubica el tema más relevante en esa sección. Además, se pueden incluir imágenes grandes que ocupen las dos páginas juntas, sin encontrar desniveles, como ocurre con las demás páginas que no suelen coincidir el doblez, también puede ser usado para la publicidad.



Figura 35: Páginas centrales de la revista (imágenes o temas más relevantes)

Contraportada: Es lo opuesto a la portada, aunque es la ubicación perfecta en la revista como medio de publicidad, siempre está destinada por una empresa que desea invertir por este espacio. La contraportada junto a la portada son las primeras páginas que tiene contacto el lector, antes de tratar su contenido, siendo esta primera fundamental para los negocios, que tratan de vender los mejores espacios de publicidad, siendo la más cara de toda la revista.

Los costes de la publicidad los suele escoger la misma editora o persona que está encargada de la revista, por lo que no existe una tarifa propia o estándar, solo las grandes cadenas de revistas que lideran el mercado las tienen establecidas.

Inserto: Es un valor agregado de la prensa como canal de distribución usado en la revista, este es un medio original que se ha vuelto muy común, el obsequiar algo adicional de interés al lector.

Es un accesorio adicional que sirve para tentar al lector a comprar la revista, como pueden ser los posters, afiches o calendarios.

7.9.2. SECCIONES DE LA REVISTA

Sumario: Es similar al índice con la diferencia que está clasificada por secciones, mas no por temas, solo muestra las páginas por temáticas, algunos suelen extraer información de los artículos y editarlas como frases permitiendo ser más llamativos para captar la atención al lector.

Índice: Permite detallar todos los temas sobre el contenido general de la revista. Dentro del índice se les asigna un número de página (folio), que ayuda con facilidad a encontrar un determinado tema de interés al lector.

Directorio: Es la información de quienes colaboraron con la creación, edición y publicación de la revista. Además, otros elementos que suelen integrar este espacio son el nombre de la revista, una vista previa de la portada y los datos de referencia.

Incluye a los organizadores de la revista, Presidente, Vicepresidente, los directivos del consejo editorial entre ellos los editores, Fotógrafos, reporteros, diseñadores, dirección de la Institución o La Empresa (La revista), Impresión y lugar.



Figura 36: Distribución de la sección de Directorio, Editorial (página derecha) y publicidad (página izquierda)

Editorial: Es el espacio que ofrece un texto de forma libre, siendo una opinión o reflexión acerca de un determinado tema a tratar, donde el contexto que se muestra es subjetivo, dando su punto de vista.

Artículos: Es un comentario o análisis que se realiza de una determinada información, donde el autor expresa su postura que de manera indirecta trata de influir en los lectores. Existen profesionales expertos en el tema a tratar que se encargan de redactar los artículos, depende de ellos la manera para editar y mostrar un artículo más relevante, además la información de los artículos suele ser actualizada.

Entrevistas: Es un contenido que se realiza a personas, donde se argumenta preguntas que se detallan, para que el entrevistado pueda contestar de manera objetiva y directa acerca de cualquier temática.

Reportajes: Incluye información narrada de un suceso o acontecimiento detallando su contenido de forma ampliada, se puede detallar lugares, personas y sucesos entorno a un determinado problema.

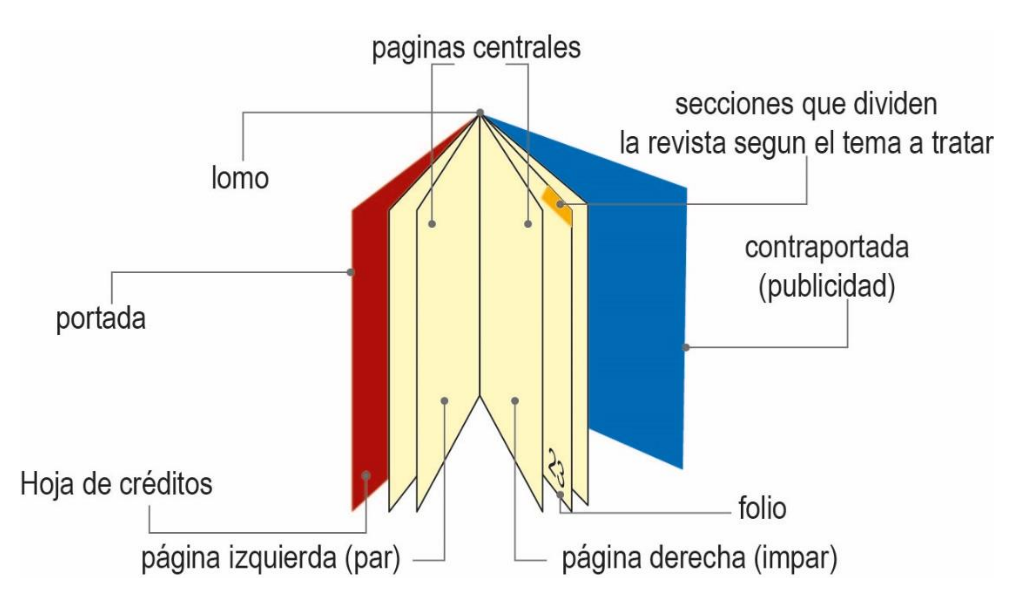


Figura 37: Las principales partes de una revista

7.9.3. ELEMENTOS DE PUBLICACIÓN

Estos elementos son lo que forman una composición de forma visual y objetiva, siendo la distribución de los elementos de una retícula que además quedan establecidas para formar una diagramación armónica.

Cabecera: Muestra y comunica el tipo de temática a tratar, esta puede clasificarse por secciones y se destaca en contratipos. Esta se ubica en los extremos de la página. El diseño de la cabecera depende de la relación entre el contenido y la estética general de la revista, el lugar más común de encontrarlo es en la parte superior.

Titular o Encabezado: Está representado con ina tipografía que destaque en la página, con un tamaño visible al lector, además de ser

el título de apertura de un determinado artículo, ésta representa la idea principal a tratar.

Subtitular: Es el texto posterior que complementa al título, además, permite ampliar la información del titular, el propósito de usarlo es desarrollar en un artículo de la revista una estructura coherente facilitando su lectura y comprensión.

Entradilla: Es el párrafo inicial que amplia y complementa a los titulares, se adelanta al principal acontecimiento o noticia a tratar, esta puede aparecer en negrita o cursiva, siendo el primer párrafo del contenido.

Flash: Es un elemento que se destaca en las páginas, puede usarse colores que destaquen la información, también suele usar estilos de textos distintos a la tipografía. La función es comunicar un mensaje especial.

Párrafos: Son estilos de textos que, agrupados deben constar de alienación o justificación, dependiendo del autor el estilo de párrafo que utilice para expresar el contenido.

Destacados: Son los datos más relevantes del contenido, se puede hacer énfasis a una determinada información. Siempre destaca del contenido en la revista.

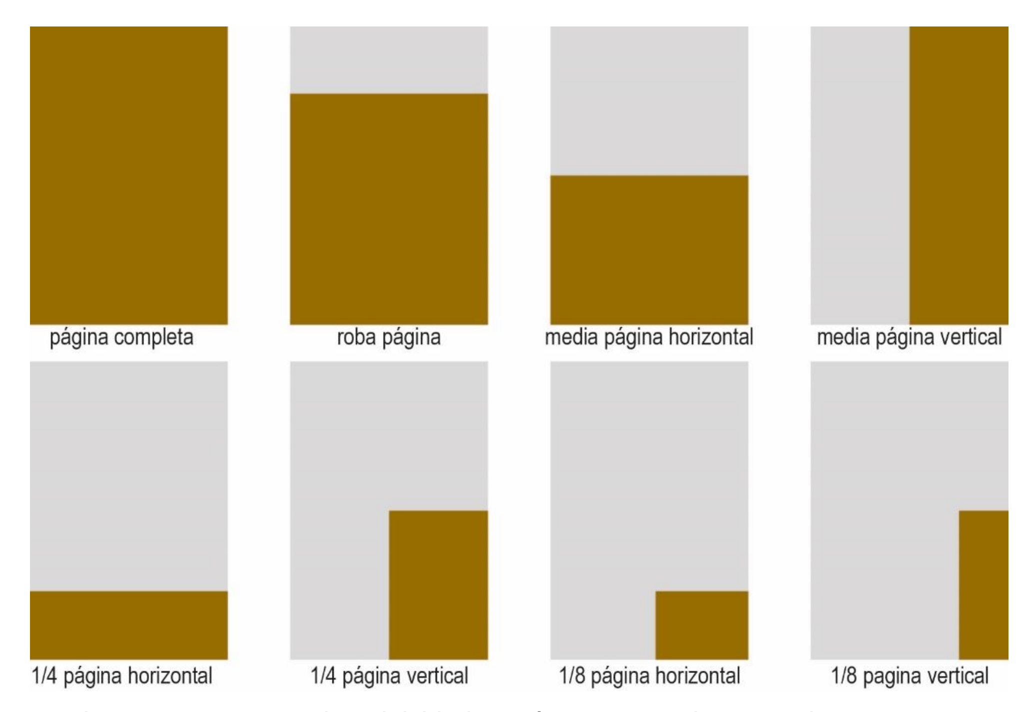


Figura 38: Formatos de publicidad comúnmente usados en revistas

Publicidad: Son anuncios acerca de un determinado producto o servicio, cuya finalidad es la de promocionar. La publicidad es una forma efectiva de vender su marca, siendo el lector su público objetivo,

dará a conocer toda la información que sea necesaria, además acompañada de un diseño atractivo.

Los tamaños pueden abarcar toda la página o solo desde el margen, esto varía en función del diseñador y de como se establece la maquetación de la revista. Siempre es aconsejable establecer los tamaños exactos para las publicidades. En las revistas es conveniente aplicar el rebase (exceso de 3 mm), que se incluye como adición a las medidas del diseño de la publicidad.

Capitulares: Se identifica a la primera letra que se sitúa en el principio de un párrafo, de tal forma que sea de fácil ubicación para el contenido de un capitulo. Por lo general la sección de editoriales se aplican los capitulares. La característica de la capitular es el tamaño suele ocupar en las primeras líneas de texto.



Figura 39: Revista Vanity Fair usa el capitular para inicio o cambio de tema

Huérfanas o Viudas: La Huérfana es cuando la primera línea que comienza un párrafo se encuentra situada en la última parte de la página, dejando inconcluso una información. La viuda es la línea última del párrafo que comienza en una página nueva. Esta queda de más en la composición y visualmente quedaría muy mal en el texto.

Es poco común encontrar estos errores en una revista. En revistas siempre se logra evitar las huérfanas y viudas por la variedad de elementos que se dispone al diseñar.

Ríos o calaveras: Es cuando en un bloque de texto encuentras espacio que dejan las palabras entre sí al momento de justificar. Esto puede distraer al lector, además la estética del diseño queda muy mal.

Filetes: Son líneas que pueden ser finas o gruesas, la función del filete permite delimitar el contenido, se usa cuando sea necesario separar información en una misma página. Cuando se emplea

diferentes tipos de líneas y grosores, los contrastes deben ser evidentes para no confundir al lector con varios temas.

Fotografías: Comunica un mensaje mediante imágenes, por ello es recomendable usar ilustraciones que refuercen el contenido, así atraeremos al lector a que se interese más por el tema, aunque sea una información desconocida, haciéndolo interesante.

Pie de ilustración o foto: Da brevemente una descripción de la foto, en muchos casos nos permiten dar un mensaje directo, cuando la imagen puede representarse en un contexto diferente o tener diferentes interpretaciones.



Figura 40: Revista del Colegio del Guayas con la descripción de la foto (lugar)

7.10. MEDIOS IMPRESOS

Cuando se concluye la edición de la publicación y esta ha sido aprobada, es recomendable usar para la impresión el sistema offset. Depende del tipo de formato que se use para imprimir la publicación final, esto suele quedar a disposición de la imprenta. Si llevamos a imprimir un ejemplar de una revista se lo puede hacer en impresión digital, por su costo más bajo y por ser solo la unidad. Este tipo de impresión digital dispone de una excelente calidad, les preferible nunca realizarlo en impresión a inyección (tinta liquida), esto puede restar calidad y exactitud de colores.

Cuando se plantea por primera vez un proyecto, se entra en una etapa de información, es decir, deben clarificarse los propósitos y los problemas; antes del diseño propiamente dicho, éste debe ser planificado sin tener en cuenta al diseñador que lo va a realizar. (Martin, 1994).

Existen dos sistemas de impresión muy conocidos entre ellos el offset y digital

Impresión offset: Es un sistema de impresión que usa planchas de superficie plana (placas de aluminio), esto quiere decir, que el área de la imagen a imprimir está al mismo nivel que el resto, ni en alto ni en bajo relieve, es por eso por lo que se lo conoce como sistema planográfico.

La impresión de una publicación a color en offset sea libro o revista antes de ser impresa pasa por un proceso de CTP, que es la tecnología de las artes gráficas que emplea computadores para imprimir directamente las planchas de impresión offset o flexografía; sin utilizar películas (negativos o positivos). Se realiza el proceso de separación en CTP (Computer to Plate), que significa de la computadora a la plancha, cuando es publicación impresa casi siempre se usan los colores CMYK, es decir obteniendo 4 planchas de cada color primario más el negro. Además, dependiendo del tipo de material (papel a usarse) se determina el tipo de impresión para ese determinado papel para luego pasar a las máquinas tipográficas, que son las encargadas de imprimir lo que está en las placas metálicas.



Figura 41: Impresión mediante el sistema offset

Impresión digital: Es un sistema de impresión que usa tinta en polvo, siempre CMYK, y su sistema funciona con calor para imprimir. Las tintas vienen en contenedores llamados de tóner (cartuchos grandes), su proceso es que de la computadora pasa directo sobre el papel, en cuestión de segundos, siendo la manera más rápida para imprimir en la actualidad.

Este proceso es ideal para proyectos de impresión de menor cantidad, a su vez los tiempos de entrega son rápidos y una de las principales ventajas que ofrece es la disponibilidad casi inmediata de los impresos, en cambio en mayor cantidad su proceso puede tardarse, por lo que es imprescindible el sistema offset, además sus costos pueden aumentar considerablemente.

Algo que puede verse afectado es el tamaño de los formatos disponibles en este tipo de impresoras láser, siendo el formato más grande el súper A3 (450 mm x 320 mm), así mismo el delimitante que presentan es por el gramaje del papel, que no todos admiten soportes demasiados gruesos (gramaje de 250 gramas en adelante).



Figura 42: Impresión mediante sistema digital

7.11. ACABADOS FINALES

Todos los trabajos llevan acabados por pequeño o insignificante que sea, entre ellos es muy común el proceso que sufre en la portada, que es una recubierta que protege de la manipulación del lector. Para ciertas publicaciones el proceso que sufre es más elaborado que consiste en realizar diferentes métodos de pegado (encuadernado) en los libros y en las revistas, algunos con goma especial que no permite que se despegue con facilidad, además lo recomendable para este tipo de trabajo es dejar un margen apropiado en la composición de la página, entre algunos tipos están:

Encuadernación Rústica: Es conocida por la encuadernación de tapa blanda, en este caso el libro es cosido o encolado para luego ser forrado con una cubierta de cartón no rígida y pegada al lomo.

Esta encuadernación es usada en libros de ediciones exclusivas, además el proceso consiste en que las hojas se adhieren con pegamento en lugar de ser cosidas, lo cual disminuye su costo.

Encuadernación Térmica: Se realiza a través de máquinas y consiste en unas carpetillas donde se insertan las hojas a encuadernar, se coloca todo en la máquina, la cual se calienta y hace que la carpetilla se adhiera a las hojas. Dependiendo de la máquina, se pueden encuadernar con esta técnica hasta 300 hojas más o menos.

Encuadernación cartoné (empastado): Es la mejor conocida como encuadernación de tapa dura. En este tipo de encuadernación el libro,

cosido o engomado, es cubierto con una hoja de cartón rígido pegada al lomo. Los interiores de la tapa son de papel; la parte interior del lomo es de tela, aunque se puede usar papel.

Encuadernación con grapas: Es conocido como acaballada o alzada, consiste en juntar las hojas para posteriormente ser grapadas por el lomo, ideal cuando se usa en revistas con pocas páginas y su coste es reducido a diferencia de los pegados. Los materiales usados para imprimir libros y revistas son los que habitualmente lo encontramos en cualquier tienda, librería, entre ellos el bond, couché (brillo y mate), papel vegetal que se suele usar como complemento, pero su uso es más de adorno que de necesidad.

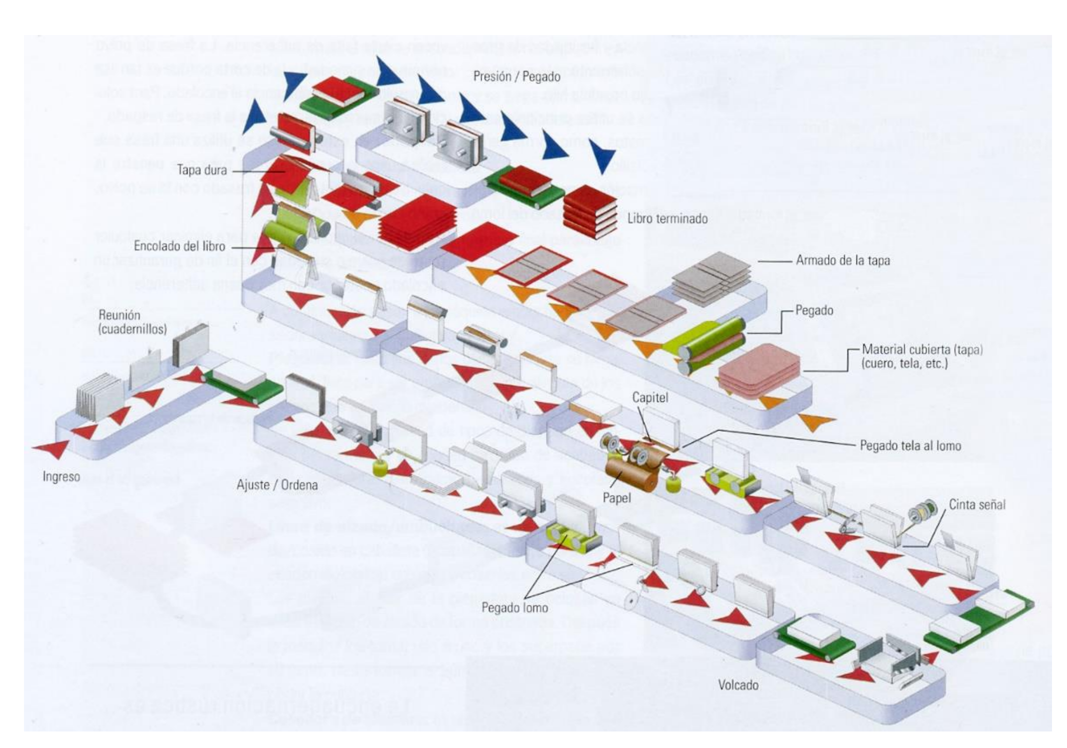


Figura 43: Proceso que tiene un libro de encuadernación y encolado

La selección del soporte es una consideración vital al iniciar el proceso de diseño. La variedad de soportes sobre los que se pueden imprimir es ahora mucho mayor que antes, lo cual proporciona más posibilidades creativas a los diseñadores, en el color, el peso y la textura que tienen todos sus papeles. Si se quiere comunicar una cierta identidad, por ejemplo, esta puede reforzarse a través de un uso uniforme de materiales para imprimir, lo cual genera un elemento de individualidad (Ambrose & Harris, Impresión y Acabados, 2015).

Podemos imprimir en cualquier tipo de material (papel)



Figura 44: Muestras de papel usados para la impresión (bond y couché)

Papel bond: Su uso es para inkjet, láser y offset, su color es blanco por defecto, pero se suele encontrar de varios colores y matices (podemos simular hojas antiguas por sus colores), además el gramaje puede variar desde los 56 grs. hasta los 130 grs., lo recomendable es usar entre 60 o 75 gramos en libros.

Papel couché: Su uso es para láser y offset, pero no en inkjet, su color es blanco por defecto, el gramaje es de 90 grs. hasta 300 grs., lo recomendable es usar para los interiores un papel con gramaje fino y las portadas con gramaje de mayor cantidad (más grueso).

Es común en las revistas usar el couché, pero existen tipos de libros que suelen implementarlo como los fotográficos o anuarios, por la calidad en que se pueden imprimir las fotos.



Figura 45: Diferentes materiales usados en libros y revistas

7.11. CONSEJOS PARA UNA BUENA IMPRESIÓN

La innovación fue utilizar los instrumentos más modernos, todo el instrumental que hoy la tecnología pone a disposición del operador visual sin necesidad de hacer a mano lo que puede hacerse mejor y con mayor precisión a máquina. (Munari, 2016).

Tratar correctamente las imágenes, antes de imprimirlas, depende de tener una excelente resolución. Nunca una imagen debe superar el tamaño real al momento de que sean vinculadas a nuestra área de trabajo en *Indesign*, por eso es recomendable colocarlas a su tamaño original.

- Las imágenes colocadas dentro de otro archivo (*Illustrator* o PDF), deben ir siempre al 100% de su tamaño. Ni más grandes ni más pequeñas. Si necesitas que vayan más grandes, amplíalas en *Photoshop*. Si las necesitas más pequeñas, lo mismo.
- Si una imagen es demasiado grande, dale las dimensiones correctas en *Photoshop*, así reduciremos peso del archivo, sin perder calidad.
- Las lineaturas que se manejan para imprimir en offset consiste en 133 lpp (material periódico), 150 lpp (material bond), 175 lpp (material couché), algunos renuevan la tecnología de las maquinarias, que incluso se puede imprimir hasta 200 lpp (material couché), esto es configurado al momento de obtener las planchas en el proceso de CTP, hay que estar seguros el soporte sobre el cual imprimir.
- En las imágenes es recomendable usar entre 215 ppp y 300 ppp al 100% o 125% de su tamaño final, esto permite que al manipular nuestro *InDesign* se vuelva más rápido, evitando lentitud por el manejo de archivos de gran tamaño.
- Leer siempre lo que se diseña, es importante realizar una revisión antes de imprimir el trabajo final, saber cuidar la ortografía, esto representa la calidad de una revista.
- El titulo debe ser visualmente atractivo, es lo que llama la atención del lector, además de destacar por sobre el contenido de una página.
- Escoger una tipografía fácil de leer, y que disponga de todas las familias tipográficas entre las más comunes tenemos negritas, cursivas, regular y narrow.
- Revisar el índice, puede que un artículo no coincida con el número de página, además puede desorientar al lector y causar una mala impresión la publicación.
- Mantente actualizado en la información que se escribe, estar al día en lo relacionado a la temática establecida.
- Todas las partes estéticas y de conceptos del diseño deben ser una sola, permitiendo una armonía en la composición. Es decir, mantener un estilo en el diseño, aunque disponga de múltiples temáticas, estas no deben romper el esquema establecido en tipografía y colores.

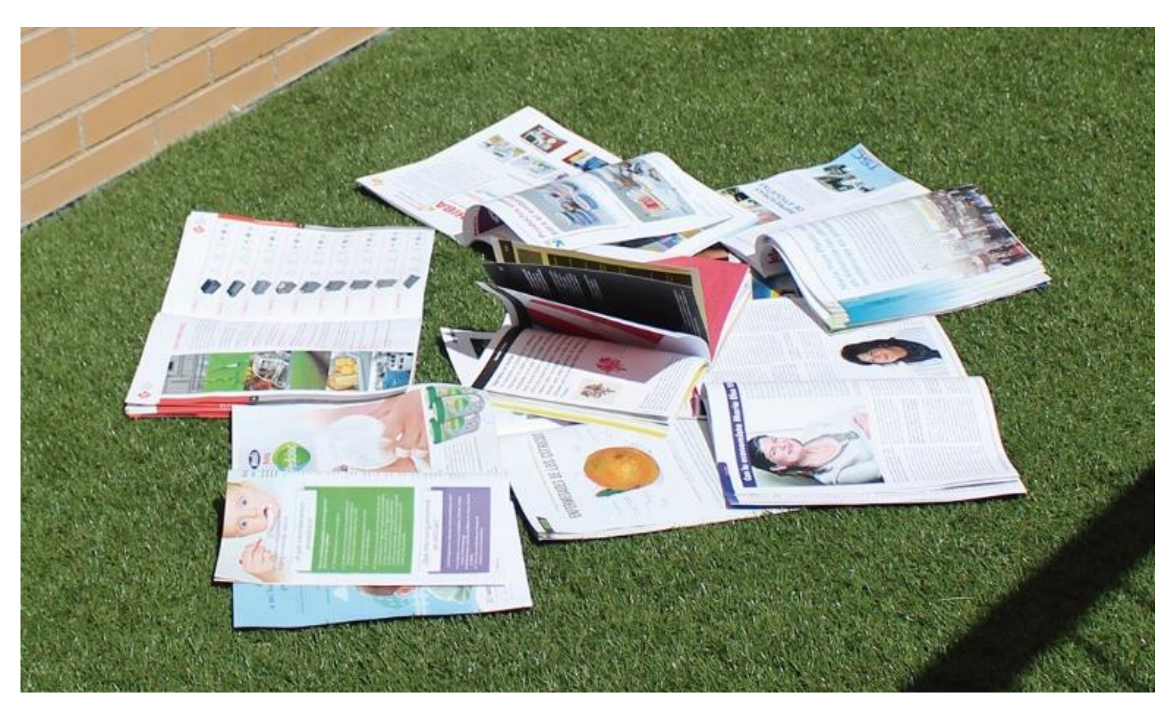


Figura 46: Producto final de revistas y libros

8. CONCLUSIONES

La finalidad de este proyecto es brindar los mejores conocimientos al estudiante, además de explicar el contenido con un lenguaje entendible acerca de los conceptos básicos. Además, algunos temas se explican más detalladamente la información de cada una de las etapa, contenido y aplicación del diseño editorial para su formación, esto cuando lo exija el contenido. Comprendimos que el diseño editorial se preocupa de equilibrar las publicaciones como libros y revistas, que otorga al consumidor la necesidad de entender el contexto y el contenido visual, familiarizándole con temas que son de su interés.

El contenido de este libro posee características acerca del diseño de publicaciones y de la debida estructuración de sus elementos . Nos damos cuenta de lo poco que se sabe al respecto y lo difícil que puede resultar la búsqueda de cierta información, entonces este proyecto nos da una idea del gran trabajo y proceso que se tiene al elaborar un libro y revista. Además, la búsqueda de información sobre el Diseño Editorial en temas de tipografía, acabados y diseño gráfico ayudó a comprender el conocimiento sobre las editoriales, agregando mi experiencia en temas de imprentas, en las cuales colaboré en diferentes trabajos editoriales. Manifiesto recomendaciones a seguir para el uso de ciertos elementos que, mediante mis anécdotas de excelentes y malos trabajos en el proceso de la creación de una publicación, puedo sugerir que sea puesto en práctica.

A toda la información recopilada se le ha dedicado el tiempo necesario para extraer lo más breve y necesario. Conviene mencionar elementos que son más importantes que otros, para que el estudiante o diseñador tenga lo necesario para aprender y poner en práctica lo aprendido con el software *InDesign*, permitiéndole disponer de una herramienta básica donde encuentre lo necesario para resolver problemas al momento de diseñar este tipo de publicaciones.

Al inicio de estructurar la información revisé algunos libros relacionados con el tema sobre el cual realicé mi investigación y me percaté de que no todos disponían de una información distribuida dedicada a un tema específico. Es decir, en los libros de Diseño Editorial se encontraban más ejemplos que conceptos definidos, algunos detallaban las características y elementos seguidos de un comentario, pero carecían del uso de definiciones que explicaran qué son. Otros libros exponían temas relacionados con la tipografía que explicaban ciertos elementos gráficos para diagramar en una página con sus respectivas definiciones, lo cual fue de mucha ayuda.

Publicaciones dedicadas al diseño de libros o revistas fueron escasas y de casi nula utilidad. Exponían ejemplos muy antiguos, aunque cierta información era ajena a la investigación planteada. En cuanto al tema relacionado con los acabados gráficos no se disponía la información suficiente sobre la cual quería enfatizar relacionada con temas de imprenta.

El capítulo de acabados finales del libro fue estructurado por mí agregando subtemas que creo son necesarios para el diseñador. Es por eso por lo que el libro está compuesto con temas básicos mezclados con el uso de herramientas de *InDesign*. Algunos conceptos fueron tomados de la página oficial de Adobe.

Esto ayudó a que la información escrita fuera tomada de manera textual, sin alterar contenido alguno, para que el concepto aplicado de las herramientas funcione adecuadamente.

Toda la distribución del libro fue armada previamente antes de ser escrita. Sin embargo, la redacción tuvo que adaptarse lo más entendible posible al lector. En cada página se dejaron espacios en blanco que sirvieron para reforzar alguna definición que no se entienda demasiado. Además de agregar comentarios adicionales que refuercen algún tema confuso.

Realicé un curso destinado a reforzar ciertas falencias para comprender y expresar mejor el funcionamiento del programa *InDesign,* que está relacionado con los temas del libro.

9. BIBLIOGRAFÍA

Ambrose, G., & Harris, P. (2007). *Fundamentos de la tipografia.* Barcelona: Norma de America Latina.

Ambrose, G., & Harris, P. (2015). *Impresión y Acabados.* Badalona: Parramon Paidotribo.

Brockmann, J. M. (2015). *Sistemas de Reticulas.* Barcelona: Gustavo Gili.

Caldwell, C., & Zappaterra, Y. (2014). *Diseño Editorial - Periodicos y revistas/Medios impresos y digitales.* Barcelona: Gustavo Gili.

Catopodis, M. (2014). *Tipometría - Las medidas en diseño gráfico.* Valencia: Campgràfic.

de Buen Unna, J. (2000). *Manual de Diseño Editorial.* México, D.F.: Santillana, S.A. de C.V.

Martin, D. (1994). *El diseño en el libro.* Madrid: Ediciones Piramide.

McLean, R. (1993). *Manual de tipografia.* Madrid: Hermann Blue Ediciones.

Munari, B. (2016). *Diseño y Comunicación Visual.* Barcelona: Gustavo Gili.

Unos tipos duros. (2008). *Estilos gráficos: Renacimiento y clasicismo*. Obtenido de http://www.unostiposduros.com/estilos-graficos-renacimiento-y-clasicismo/

BÚSQUEDAS EN WEB

Novelle, L. (2013), Historia del Libro (IV): La revolución de la imprenta, recuperado de: http://www.biblogtecarios.es/lauranovelle/historia-del-libro-iv-la-revolucion-de-la-imprenta/

Iribarren, L. (2014), Elige la tipografía para tu web, Recuperado de: http://es.jimdo.com/2014/12/12/elige-la-tipograf%C3%ADa-adecuada-para-transmitir-el-mensaje-correcto-en-tu-p%C3%A1gina-web/

Fernández, R. (2014), Clasificacion de las imagenes, Recuperado de: http://es.slideshare.net/RFA2009/clasificacin-de-imagenes

Menchaca, N. (2010), Funciones de la Imagen, Recuperado de: http://es.slideshare.net/NoeGMenchaca/funciones-de-laimagen?next_slideshow=1

Fábrica de libros, (2012), Una breve historia del libro, Recuperado de: http://lafabricadelibros.com/pdf/Historia.pdf

Normas APA, (2016), Bibliografía – Normas APA 2016 – 6 Edición, Recuperado de http://normasapa.net/normas-apa-2016/

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldg/fuentes_f_ml/capitulo3.pdf

Unesco (1964), Recomendación sobre la Normalizacion internacional de las Estadísticas relativas a la Edición de Libros y Publicaciones Periodicas, Recuperado de: http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13068&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

De Moura, B. (2004), Como se hace una editorial, Recuperado por: http://www.letraslibres.com/revista/convivio/como-se-hace-una-editorial

Degracia, M. (2015), MD Fotografía y Diseño Gráfico, El uso del overprint, recuperado de: http://maggiephotodesign.blogspot.com.es/2015/04/el-uso-del-overprint.html

CURSOS COMPLEMENTARIOS

Certificación de Adobe por el curso de “Maquetación con Adobe InDesign”, Realizado en Calamo&Cran, Madrid – España.

10. TABLA DE ILUSTRACIONES